

PENINGKATAN KESADARAN SOSIAL PENGUSAHA TERHADAP SERTIFIKAT HALAL DI KOTA SURABAYA

Dandi Darmadi¹, Heru Irianto²

¹²Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya

Email: dandidarmadi@ubhara.ac.id
heru@ubhara.ac.id

Abstract :

Food and beverage production is increasingly circulating, whether produced by large companies or small businesses. The public, as consumers, needs a guarantee of the hygiene and halalness of a product, so the government requires a halal certificate that business actors must obtain before their products are sold. Of the 479,621 new business units in East Java, 2,230 have halal certificates. This is the author's attention to analyzing the social awareness of business actors regarding halal certificates. The research was conducted using a qualitative approach from primary and secondary data. Data collection techniques are interviews, observation, and literature study. The research results using Social Awareness theory, which looks at knowledge, attitudes, and actions, found that business actors' knowledge of halal certificates and procedures is well established. However, attitudes and actions towards halal product certificates differ due to external factors, namely the cost and complexity of processing. Business actors will be proactive if obtaining a product halal certificate is carried out efficiently and cheaply. Even producers admit they do not want to take care of it if they use personal costs. Another factor that supports the social awareness of business actors is the provision of facilities from the Surabaya city government through the Trade Department, both technical assistance and costs.

Kata kunci : *Social Awareness, Halal Certificate, Surabaya*

Abstrak :

Produksi makanan dan minuman semakin banyak beredar baik yang diproduksi oleh perusahaan besar maupun usaha kecil, masyarakat sebagai konsumen memerlukan adanya jaminan terhadap kehygienisan dan kehalalan sebuah produk tersebut sehingga pemerintah mewajibkan adanya sertifikat halal yang harus dimiliki oleh pelaku usaha sebelum produknya dijual. Di Jawa Timur dari 479.621 unit usaha, baru 2.230 yang memiliki sertifikat halal. Hal ini menjadi perhatian penulis untuk menganalisa kesadaran sosial pelaku usaha terhadap sertifikat halal. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif, bersumber dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan studi literatur. Hasil penelitian dengan menggunakan pendekatan Teori Kesadaran Sosial yang melihat aspek pengetahuan, sikap dan tindakan, ditemukan bahwa pengetahuan pelaku usaha terhadap sertifikat halal dan prosedurnya sudah mapan. Aspek sikap dan tindakan terhadap sertifikat halal produk masih kurang dilakukan dikarenakan faktor eksternal yaitu biaya dan kerumitan pengurusan. Pelaku usaha akan cenderung proaktif jika dalam proses memperoleh sertifikat halal produk dilakukan dengan mudah dan biaya rendah, bahkan produsen mengakui tidak ingin mengurus jika harus menggunakan biaya pribadi. Faktor lain yang mendukung kesadaran sosial para pelaku usaha karena adanya bantuan fasilitas dari Pemerintah Kota Surabaya melalui Dinas Perdagangan baik bantuan teknis dan juga biaya.

Kata kunci : *Kesadaran Sosial, Sertifikat Halal, Surabaya*

Pendahuluan

Pemerintah di seluruh dunia semakin menyadari dampak positif yang dapat ditimbulkan oleh penciptaan bisnis baru (kewirausahaan) pada tingkat lapangan kerja, serta keunggulan kompetitif yang dapat dibawa oleh perusahaan kecil ke pasar. Kewirausahaan memberikan manfaat dalam hal pertumbuhan sosial dan ekonomi, selain itu, juga menawarkan manfaat dalam hal pemenuhan individu. Kewirausahaan saat ini mampu meminimalkan hambatan kelas, usia, jenis kelamin, orientasi seksual, dan ras (Cooney 2012). Semangat kewirausahaan masyarakat ditambah bonus demografi Indonesia membuat meningkatnya pengusaha tidak hanya terjadi di kota-kota besar, tetapi juga di daerah-daerah kecil di Indonesia.

Sulitnya lapangan pekerjaan membuat wirausaha menjadi pilihan yang tepat, selain mampu membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat disekitar tempat tinggal juga mampu mendorong perekonomian Indonesia menjadi lebih baik, terutama ditengah situasi pandemi saat ini. Pengusaha-pengusaha di Indonesia termasuk pengusaha milenial saat ini tidak hanya identik dengan usaha *startup* atau semacamnya. Pengusaha milenial saat ini banyak yang menjalankan usahanya di bidang produk makanan dan minuman. Pandemi covid 2019 yang terjadi kemarin justru meningkatkan jumlah produk makanan dan minuman yang dijalankan oleh para pengusaha muda ini. Data Badan Pusat Statistik (BPS), pada triwulan II-2020, industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 0,22 persen secara tahunan. Selain itu industri Makan dan minum pula diharapkan dapat menjadi lokomotif penggerak Pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB).

Makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar yang bersifat fisiologis sehingga sangat diperlukan oleh manusia, akan tetapi dari sudut pandang syariat Islam, untuk memperoleh atau mengkonsumsi sebuah makanan dan minuman maka diharuskan memenuhi syarat yang diharuskan. Salah satu persyaratan utamanya dalam Al Baqarah ayat 168 adalah *halalan thayyiban*. Halal berarti makanan yang dikonsumsi tidak mengandung unsur keharaman. Negara Indonesia sendiri yang memiliki jumlah populasi penduduk muslim terbesar hingga 90%, secara otomatis menjadikan pasar konsumen Indonesia sangat besar. Mayoritas konsumen Indonesia adalah pasar muslim sudah selayaknya mendapatkan sebuah kepastian hukum yang jelas terhadap produk-produk yang beredar dipasaran, sesuai dengan ketentuan syariat Islam oleh lembaga yang kapabel dan kredibel.

Upaya yang dilakukan dalam menindaki hal tersebut, maka kewenangan terhadap sertifikasi halal sebuah produk menjadi urusan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Lembaga ini akan memberikan label halal pada produk yang beredar di pasar setelah lolos pengujian. Kondisi yang terjadi dilapangan saat ini masih banyak produk yang beredar di pasar namun, belum mempunyai sertifikat halal termasuk di Kota Surabaya. Salah satu sektor yang sangat berperan dan cukup banyak di Kota Surabaya adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang sampai saat ini berjumlah 60.007 (2021), dimana 30% merupakan industri pengolahan makanan dan minuman, dan dari hasil pemantauan awal peneliti terhadap beberapa industri pengolahan masih banyak yang belum memiliki sertifikat halal.

Minimnya pelaku usaha yang telah mengantongi sertifikat halal menjadi tolak ukur yang akan digunakan dalam penelitian ini. Total industri kecil yang bergerak pada produk makanan-minuman di Jawa Timur berjumlah 479.621 unit, yang sudah bersertifikat halal baru 2.230 unit. Produk makanan tidak bersertifikat halal dengan merek mengandung makna sarkasme, namun cukup populer di Kota Surabaya diantaranya yaitu Nasi Goreng Jancuk, Mie Sexy, Mie Setan, dan Mie Senewen. Dikatakan mengandung makna sarkasme karena jika dikategorikan masing-masing memiliki makna yaitu kategori umpatan untuk Nasi Goreng Jancuk, kategori pornografi untuk Mie Sexy, kategori hal ghaib atau mistis untuk Mie Setan, dan kategori hilang akal sehat untuk Mie Senewen.

Masih rendahnya kesadaran terhadap pentingnya sertifikasi halal juga terdapat pada produk-produk makanan dan minuman kemasan yang beredar di kota Surabaya, sehingga sertifikasi halal untuk sebuah produk makanan dan minuman di Kota Surabaya menjadi sebuah perhatian serius, mengingat pelaku usaha yang sejatinya menjadi pelopor terhadap upaya menciptakan rasa aman dan jaminan kepada konsumen akan sebuah barang yang beredar di pasaran. Penjelasan yang telah dipaparkan diatas akan menjadi latarbelakang yang akan digunakan penulis untuk melakukan penelitian.

Sertifikat halal adalah Fatwa MUI yang secara tertulis menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat islam. Pemberian sertifikat halal pada pangan, obat-obatan dan kosmetika untuk melindungi konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal. Sertifikat halal merupakan hak konsumen muslim yang harus mendapat perlindungan dari negara. Syafrida (2016) menyatakan bahwa, tujuan pencantuman logo halal pada produk makanan dan minuman adalah untuk melindungi konsumen hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal. Sertifikat halal memberikan kepastian hukum kepada konsumen muslim bahwa produk makanan dan minuman tersebut benar-benar halal sesuai yang disyariatkan oleh Hukum Islam. Konsumen muslim tidak akan ragu-ragu membeli produk makanan dan minuman tersebut, karena pada kemasan produk makanan dan minuman tercantum logo halal dapat mencegah konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal.

(Agus 2017) berpendapat bahwa, kedudukan sertifikat halal dalam sistem Hukum Nasional di Indonesia mempunyai kedudukan yang sentral, karena sertifikasi halal termaktub dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang secara sistem hukum merupakan bagian dari sistem hukum, yaitu substansi hukum yang mempunyai kekuatan hukum dan kepastian hukum serata bersifat imperative dan hal ini sebagai upaya perlindungan konsumen dalam hukum Islam. (SEGATI 2018) menyatakan bahwa, persepsi sertifikasi halal yang terdapat pada Catering Aqiqah Nurul Hayat mempunyai hubungan dan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap persepsi peningkatan penjualan perusahaan.

Hasil beberapa penelitian yang disajikan diatas, dapat ditemukan bahwa keuntungan dari sertifikasi halal tidak hanya berdampak pada konsumen atas terpenuhinya jaminan keamanan dalam mengkonsumsi suatu produk makan dan minuman, akan tetapi juga memberi dampak yang positif terhadap pengusaha terutama dalam peningkatan penjualan. Peningkatan penjualan ini akibat adanya peningkatan kepercayaan dari masyarakat akan produk yang sudah bersertifikasi halal. Keuntungan tersebut tidak menjadi perhatian dari banyak pengusaha, hal ini sesuai hasil penelitian dari (Syafrida 2016) yang menemukan bahwa, produk makanan dan minuman yang beredar dimasyarakat yang belum mencantumkan logo halal atau logo non-halal masih diragukan kebenarannya. Produk yang tidak ada logo halalnya belum tentu haram, begitu juga produk yang ada logo halalnya belum tentu juga halal, karena tidak tertutup kemungkinan produknya tidak halal.

Hukum Islam yang dikatakan halal tidak hanya zatnya, tapi juga mulai dari proses produksi dari hulu sampai hilir harus terbebas dari zat zat yang diharamkan oleh syariat islam. Penyimpanan produk yang halal tidak boleh berdekatan dengan produk yang haram, artinya tempat penyimpanan produk halal harus terpisah dengan produk haram. Begitu juga alat yang dipakai untuk memproses produk halal tidak boleh dipakai bersama dengan produk haram. Hasil penelitian dari (Maryati, Syarief, and Hisbullah 2016), membahas mengenai kendala untuk memperoleh sertifikasi halal yang dialami oleh pengusaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Usaha, Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) makanan di Jabodetabek adalah pelaku usaha mikro, tidak memiliki fasilitas produksi yang layak dan berproduksi menggunakan mesin berteknologi sederhana. Izin edar Makanan Dalam (MD) merupakan faktor kendala bagi para UMKM makanan beku mengajukan sertifikat halal.

Hasil telaah pustaka yang penulis lakukan, penelitian terdahulu yang mempunyai persamaan secara utuh dengan judul penelitian ini belum ditemukan, dikarenakan banyak hasil penelitian sebelumnya mayoritas hanya melihat kepedulian konsumen terhadap produk halal yang mereka beli. Fokus penelitian ini akan melihat bagaimana kepedulian pengusaha terutama kaum milenial dalam menyediakan jaminan rasa aman dan kepercayaan terhadap konsumen melalui sertifikasi halal. Kegiatan produksi merupakan hulu dari rangkaian aktivitas ekonomi, yang dimana konsumsi menjadi hilirnya. Semua produksi, melibatkan beberapa hal yang berhubungan dengan manusia dengan alam. Seperti yang dikatakan John Stuart Mill "manusia hanya bisa memindahkan materi, bukan menciptakannya". Menurut (Arif and Amalia 2010) menyatakan bahwa perilaku produsen merupakan suatu kegiatan berupa proses mencari, mengalokasikan dan mengolah sumber daya menjadi output dalam rangka meningkatkan dan memberi *maslahah* bagi sesama umat manusia.

Produksi dalam ekonomi konvensional ditujukan untuk memberikan pemahaman tentang perilaku perusahaan dalam membeli dan menggunakan masukan untuk produksi dan menjual keluaran atau produk. Teori produksi juga menjelaskan tentang perilaku produsen dalam memaksimalkan keuntungannya maupun mengoptimalkan efisiensi produksinya. Memaksimalkan keuntungan atau efisiensi produksi tidak akan terlepas dari dua hal; yakni struktur biaya produksi dan *revenue* yang didapat. Masalah permodalan yang bisa didapat dari pinjaman tanpa kompensasi, dengan sistem bunga maupun dengan kerjasama.

Terdapat beberapa prinsip perilaku produsen yang dikemukakan oleh (Dienillah 2019) antara lain:

- 1) Berproduksi dalam lingkaran halal, prinsip produksi yang wajib dilakukan oleh setiap umat Islam, baik diri kita sendiri ataupun orang lain yaitu berpegang teguh pada apa yang diharamkan Allah SWT dan tidak melampaui batas. Seorang muslim tidak diperbolehkan menanam apa-apa yang diharamkan, segala jenis tanaman yang membahayakan. Orang muslim diharamkan menanam tumbuhan-tumbuhan yang berbahaya dan dilarang memproduksi barang-barang haram, baik haram untuk dimakan atau dipakai maupun dikoleksi, serta barang-barang yang dapat merusak akidah, etika dan moral seseorang
- 2) Keadilan, berproduksi dalam sistem ekonomi Islam menerapkan keadilan dan persamaan prinsip produksi sesuai kemampuan masing-masing tanpa mengesampingkan orang lain. Al-Qur'an memperbolehkan kerja sama yang saling menguntungkan dengan syarat harus jujur, adil dan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.
- 3) Bernilai moral dan sesuai dengan ajaran Islam Metwally mengatakan bahwasanya, perbedaan pada perusahaan yang berbasis muslim dan non-muslim bukan hanya dilihat dari tujuannya melainkan juga bisa dilihat dari kebijakan-kebijakan ekonomi dan strategi pasarnya. Perusahaan muslim produksi barang dan jasa yang dapat merusak moralitas dan menjauhkan manusia dari nilai-nilai religius tidak akan diperbolehkan. Islam juga mengajarkan adanya skala prioritas (*dharuriyah, hajjiyah dan tahsiniyah*) dalam pemenuhan kebutuhan konsumsi, serta melarang sikap berlebihan. Larangan ini juga berlaku bagi segala mata rantai dalam produksinya.
- 4) Harus memperhatikan aspek sosial-kemasyarakatan, kegiatan produksi harus menjaga nilai-nilai keseimbangan dan harmoni dengan lingkungan sosial dan lingkungan hidup dalam masyarakat dengan skala yang lebih luas. Masyarakat juga berhak menikmati hasil produksi secara memadai dan berkualitas. Produksi bukan hanya menyangkut kepentingan para produsen saja tapi juga masyarakat secara keseluruhan. Pemerataan manfaat dan keuntungan produksi bagi seluruh masyarakat dengan cara yang paling baik merupakan tujuan utama kegiatan ekonomi.

- 5) Permasalahan ekonomi muncul karena kemalasan dan pengabaian optimalisasi segala anugerah Allah. Permasalahan ekonomi sering terjadi bukan hanya disebabkan dengan adanya kelangkaan sumber daya ekonomi saja, akan tetapi juga disebabkan oleh kemalasan dan pengabaian optimalisasi segala anugerah Allah, baik dalam bentuk sumber daya alam maupun manusia. Al-Qur'an pun sering menjelaskan bahwa sikap tersebut merupakan sebuah kezaliman atau pengingkaran terhadap nikmat Allah. Hal ini akan membawa implikasi bahwa prinsip produksi bukan sekedar efisiensi, tetapi secara luas adalah bagaimana mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya ekonomi dalam kerangka pengabdian manusia kepada Tuhannya.

Menurut (Rogers 1974) terdapat beberapa proses yang saling berurutan yang akan terjadi sebelum seseorang mengadopsi sebuah perilaku baru, yaitu:

- 1) *Awareness* (kesadaran), yakni orang tersebut menyadari dalam arti mengetahui stimulus (objek) terlebih dahulu.
- 2) *Interest*, yakni orang mulai tertarik kepada stimulus.
- 3) *Evaluation*, menimbang-nimbang baik dan tidaknya stimulus tersebut bagi dirinya. Hal ini berarti sikap responden sudah lebih baik lagi.
- 4) *Trial*, orang telah mulai mencoba perilaku baru.
- 5) *Adoption*, subjek telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran, dan sikapnya terhadap stimulus.

Apabila penerimaan perilaku baru atau adopsi perilaku melalui proses seperti ini didasari oleh kesadaran, pengetahuan, dan sikap yang positif, maka perilaku tersebut akan bersifat langgeng (*long lasting*). Sebaliknya apabila perilaku itu tidak didasari oleh pengetahuan dan kesadaran maka tidak akan berlangsung lama. Kesadaran sendiri menurut Kamus Merriam Webster adalah kualitas atau keadaan sadar: pengetahuan dan pemahaman bahwa sesuatu sedang terjadi atau ada. Abraham Maslow menjelaskan dalam Teori Humasnistik yang dikutip dari (Pearson and Podeschi 1999) mengemukakan tentang kesadaran diri adalah mengerti dan memahami siapa diri kita, bagaimana menjadi diri sendiri, potensi yang dimiliki, gaya yang dimiliki, langkah-langkah yang akan diambil, apa yang dirasakan, nilai-nilai apa dimiliki dan yakini, dan kearah mana perkembangan kita akan menuju.

Indikator Kesadaran

(Soekanto 2013) menyatakan bahwa terdapat empat indikator kesadaran yang masing-masing merupakan suatu tahapan bagi tahapan berikutnya dan menunjuk pada tingkat kesadaran tertentu, mulai dari yang terendah sampai dengan yang tertinggi, antara lain: pengetahuan, pemahaman, sikap, pola perilaku (tindakan). Benyamin Bloom (1908) yang membagi perilaku manusia dalam tiga domain, yakni: kognitif, afektif, dan psikomotor. Perkembangan teori ini selanjutnya dimodifikasi menjadi pengetahuan, sikap, dan praktik (tindakan). Jika melihat beberapa teori diatas maka pisau analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini terkait dengan kesadaran pengusaha milenial terhadap sertifikasi halal adalah dengan indikator yang dikemukakan oleh (Notoatmodjo 2003) tentang kesadaran:

a) Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil dari tahu dan terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang. Pengalaman dan penelitian membuktikan bahwa, perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan lebih langgeng daripada perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan. Pengetahuan yang tercakup dalam domain kognitif mempunyai enam tingkatan, yaitu; tahu (*know*), tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Orang yang telah

"tahu" harus dapat mendefinisikan materi atau objek tersebut. Memahami (*comprehension*), memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar. Aplikasi (*application*), aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi real (sebenarnya). Analisis (*analysis*), analisis adalah suatu komponen untuk menjabarkan materi atau suatu objek. Sintesis (*synthesis*), sintesis menunjuk kepada suatu kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang ada, misalnya dapat menyusun, merencanakan, meringkas, menyesuaikan, dan sebagainya terhadap suatu teori atau rumusan-rumusan yang telah ada. Evaluasi (*evaluation*), evaluasi berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek. Penilaian itu didasarkan pada suatu kriteria yang ditentukan sendiri atau menggunakan kriteria-kriteria yang telah ada.

b) Sikap

Sikap merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap suatu stimulus atau objek. Newcomb, salah seorang ahli psikologi sosial, menyatakan bahwa sikap itu merupakan kesiapan atau kesediaan untuk bertindak. Sikap belum merupakan suatu tindakan atau aktivitas, tetapi merupakan predisposisi tindakan suatu perilaku. Sikap terdiri dari berbagai tingkatan, yaitu; (1) Menerima (*receiving*), menerima diartikan bahwa orang (subjek) mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan (objek). (2) Merespon (*responding*), memberikan jawaban apabila ditanya, mengerjakan, dan menyelesaikan tugas yang diberikan (terlepas dari pekerjaan itu benar atau salah), menunjukkan bahwa orang menerima ide tersebut. (3) Menghargai (*valuing*), mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan suatu masalah adalah suatu indikasi sikap tingkat tiga. (4) Bertanggung jawab (*responsible*), bertanggung jawab atas segala sesuatu yang telah dipilihnya dengan segala risiko merupakan sikap yang paling tinggi. Tindakan proses akhir dari sebuah kesadaran dalam hal ini adalah tindakan, yang terdiri dari: persepsi (*perception*), respon terpinpin (*guided response*), mekanisme (*mechanism*), adopsi (*adoption*).

Metode Penelitian

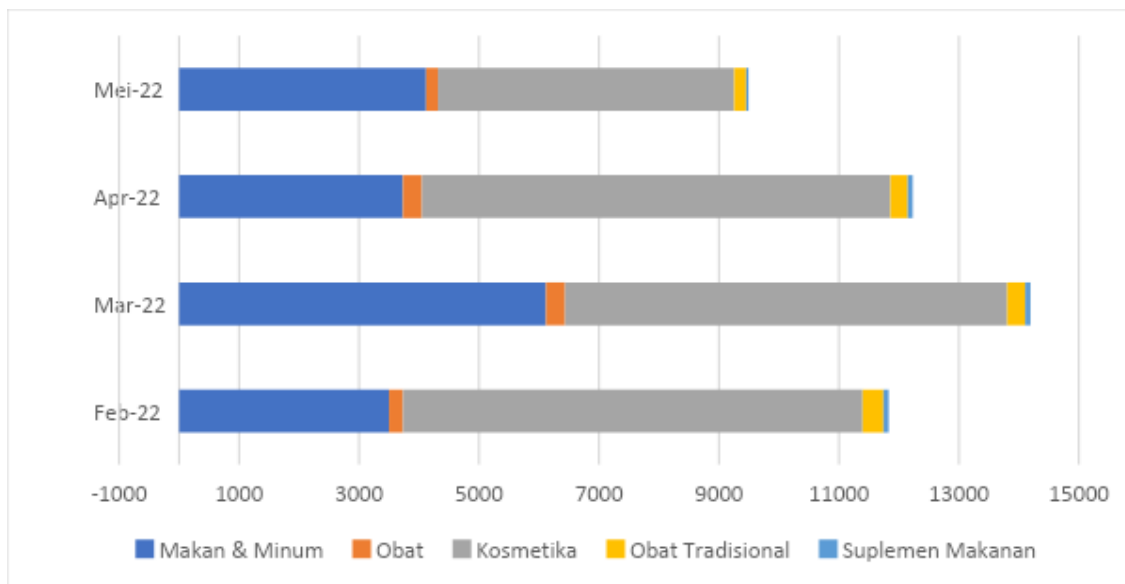
Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Objek penelitian adalah kesadaran pelaku usaha yang memiliki produk beredar dipasar terhadap sertifikasi halal. Data yang terkumpul merupakan hasil yang diperoleh melalui pengumpulan data seperti observasi, studi pustaka, dan arsip atau dokumen yang sudah ada atau literatur tulisan yang sangat berkaitan dengan judul penelitian. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan menguraikan dan menjelaskan melalui kata dan kalimat hasil penelitian yang diperoleh dalam bentuk data kuantitatif maupun kualitatif. Proses analisis data dilakukan melalui tahapan identifikasi menurut kelompok tujuan penelitian, mengelola dan menginterpretasikan data, kemudian dilakukan abstraksi, reduksi dan memeriksa keabsahan data. Hasil analisis kemudian dikategorisasikan dan didiskusikan sesuai konsep penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Produk makan dan minum yang diproduksi oleh perusahaan besar dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) saat ini sangat massif, hal ini tentu saja menjadi sebuah kemajuan terhadap pemberdayaan masyarakat yang sudah mampu memanfaatkan potensi diri yang dimiliki dan potensi pasar Indonesia yang menjanjikan. Tidak hanya di kota-kota besar, sampai di kota kecilpun produk makan dan minum banyak beredar, ditambah dengan kebijakan pemerintah yang senantiasa memperhatikan industry kreatif dan produk UMKM membuat peningkatan produk

makanan dan minuman. Pemerintah juga menyadari penuh bahwa industri makanan dan minuman diproyeksi masih menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional pada tahun depan. Peran penting sektor strategis ini terlihat dari kontribusinya yang konsisten dan signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) industri non-migas serta peningkatan realisasi investasi.

Terlebih lagi dalam kondisi darurat seperti pandemic covid-19 permintaan terhadap makanan dan minuman tetap tinggi, dapat dilihat Produk Domestik Bruto industri mamin tumbuh positif sebesar 3,49 persen pada kuartal III 2021. Hal itu seiring dengan pertumbuhan ekonomi nasional yang kembalikan tumbuh positif menyentuh angka 3,51 persen. Selain itu, peran industri mamin dalam mengakselerasi pemulihan ekonomi nasional, ditunjukkan pula dengan meningkatnya kontribusi PDB industri mamin terhadap PDB industri pengolahan nonmigas yang mencapai 38,91 persen pada periode sama. Peredaran produk makanan dan minuman di pasar tiap tahun semakin bertumbuh meskipun pada bulan-bulan tertentu sangat dinamis. Berikut data edar produk makan minum dan produk lainnya.



Gambar 1. Statistik Produk Edar 2022

Sesuai dengan data tersebut pada Februari – Mei 2022, total terdapat 150.701 makanan & minuman, 227.371 kosmetika, 4.365 suplemen makanan, 15.317 obat tradisional dan 22.067 obat yang mendapat ijin edar oleh BPOM. Melihat data tersebut produk makanan dan minuman masih rendah jika dibanding dengan kosmetik, sedangkan kebutuhan fisiologis manusia seperti makanan dan minuman adalah hal utama untuk keberlangsungan hidup. Perlu adanya peningkatan kesadaran masyarakat terkait produk makanan dan minuman yang bersertifikat halal, serta keaktifan pemerintah dalam mendukung dan mendorong pelaku usaha dalam mendaftarkan produk makanan dan minumannya.

Bertumbuhnya UMKM ikut meramaikan pasar terkhusus di Jawa Timur, dimana berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur Tahun 2022, sektor industri pengolahan merupakan sektor pendukung utama perekonomian Jawa Timur dengan kontribusi terbesar yaitu sekitar 30,93%. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sektor industri pengolahan menunjukkan peningkatan pertumbuhan di atas 4% untuk lima tahun terakhir, di mana industri

pengolahan pangan memberikan kontribusi terbesar yaitu Rp 248,7 triliun dengan pertumbuhan 14,51%, termasuk di dalamnya UMKM di bidang pangan. Melihat data tersebut, tampak bahwa sektor UMKM merupakan sektor andalan di Jawa Timur sehingga peran UMKM dalam proses pembangunan di Jawa Timur patut diberi perhatian lebih.

Jangkauan pemasaran komoditas hasil olahan makanan dan minuman adalah pasar lokal Jawa Timur termasuk Surabaya, antar daerah di luar Jawa Timur (ekspor antar daerah), serta sebagian kecil diekspor ke luar negeri. Langkah yang dilakukan sebagai Upaya paya penguatan daya saing produk, Pemerintah Provinsi Jawa Timur mempunyai Program *One Pesantren One Product (OPOP)* untuk memberdayakan para santri yang dipelopori oleh pesantrenpreneur oleh Nahdlatul Ulama Jawa Timur. Pemerintah Daerah Kota Surabaya juga meluncurkan program inovasi pendampingan UMKM dengan nama Pahlawan Ekonomi. Program ini berfokus pada pengembangan dan pemberdayaan ibu rumah tangga dari keluarga miskin yang ingin mengembangkan usaha UMKM. Program ini berupaya memberi pendampingan bagi UMKM, sejak tahap awal bimbingan mental, pembuatan produk, pengemasan, pemasaran, hingga promosi. Jumlah UMKM yang menjadi peserta Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda terus bertambah secara signifikan. Tahun 2010, jumlah UMKM yang ikut pelatihan tidak lebih dari 92 UMKM, tahun 2017 mengalami peningkatan jumlah yaitu 8.565 UMKM yang mengikuti pelatihan. Hal ini mendorong BPOM di Surabaya untuk turut serta membantu mewujudkan UMKM yang dapat menghasilkan produk yang berdaya saing sehingga dapat meningkatkan perekonomian rakyat dengan membuat inovasi program pendampingan yang diberi nama Gerakan Mengawal Pertumbuhan Usaha Rakyat (GEMPUR JATIM).

Tuntutan Terhadap Sertifikasi Halal

Terhadap maraknya produk makanan dan minuman yang beredar di masyarakat membuat tuntutan terhadap jaminan keamanan produk juga meningkat, baik dari sisi ke higienisan dan kehalalalan. Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang relevan terkait sertifikasi halal dan loyalitas konsumen untuk membeli suatu produk makanan atau minuman. Penelitian dari (CHEN and TSENG 2010) misalnya menunjukan bahwa produk konsumsi dipasaran yang tersertifikasi dan tidak tersertifikasi sangat mempengaruhi pola pembelian atau konsumsi masyarakat. Hasil penelitian dari (Susetyohadi et al. 2021), menunjukan bahwa sertifikasi halal juga memiliki korelasi secara positif dengan loyalitas konsumen dalam membeli sebuah produk makanan dan minuman. Serta, sertifikasi halal juga salah satu faktor utama yang paling dipertimbangkan oleh konsumen sebelum membeli sebuah produk makanan dan minuman yang beredar. Penelitian lain yang dilakukan oleh Bank Indonesia (B1) dan Pusat Studi Universitas Brawijaya, menghasilkan rangkuman kasus sengketa yang terjadi antara produsen makanan dan minuman tanpa pencantuman sertifikasi halal dengan konsumen. kasus-kasus tersebut antara lain:

1. Kasus Minuman Berkarbonasi (1996), terjadi keresahan masyarakat terhadap produk minuman yang dikeluarkan karena tidak memiliki sertifikasi halal dan masuk pada setiap pemberitaan di media masa saat itu,
2. Kasus Sosis (1997) yang ternyata mengandung babi beredar luas dipasaran tanpa ada peringatan untuk penduduk muslim. Kasus ini berujung pada audit yang dilakukan oleh BPOM dan pemberian penalti.
3. Kasus Produk Penyedap Rasa (2001), terdapat kecaman dari masyarakat terhadap salah satu produk penyedap rasa yang ternyata mengandung enzim babi.
4. Kasus Jus Mengkudu (2001-2002), produk ini sebelumnya sempat populer pada masyarakat namun terkendala tidak memiliki sertifikasi halal. Sehingga, masyarakat memiliki keresahan terhadap kehalalalan produk tersebut.

Kasus-kasus di atas adalah beberapa contoh dari perilaku tuntutan masyarakat terhadap sebuah produk makanan dan minuman halal. Pada dasarnya hal ini adalah suatu kewajiban

mengingat jumlah penduduk muslim Indonesia yang relatif besar, namun saat ini kehalalan suatu produk yang dilegalakan dalam bentuk sertifikasi halal juga menjadi tuntutan pada negara-negara *non islamic countries* (halal.go.id, 2019). Negara-negara di Eropa misalnya, mencatat bahwa terdapat peningkatan permintaan produk halal rata-rata 15% tiap tahunnya. Negara Prancis memiliki sebuah istilah unik untuk menggambarkan pertumbuhan besar-besaran produk halal di negaranya yaitu "*Baby-Boom Du Halal Era*". Negara Filipina sebagai negara dengan penduduk muslim minoritas, juga menunjukkan peningkatan permintaan produk-produk halal sebagai salah satu jaminan untuk higienitas dan kualitas produk. Kehalalan suatu produk yang tercermin pada sertifikasi halal pada kemasan adalah sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial bagi pengusaha tidak terkecuali UMKM. Permasalahan sertifikasi halal tidak hanya berputar pada konsumen dan produsen saja, melainkan pemerintah sebagai fasilitator sertifikasi halal wajib untuk bersinergi mendukung pengencaran sertifikasi halal pada produk-produk UMKM dan memberikan rasa aman bagi warga negara terhadap asupan pangan dan produksi pangan (Yaumidin 2009)

Kebijakan Sertifikasi Halal

Upaya pemerintah dalam mewujudkan tuntutan masyarakat sebagai konsumen terhadap terjaminnya produk makan minum yang halal adalah dengan mewajibkan semua produk makan minum yang beredar harus bersertifikat halal. Hal tersebut terjamin dalam Undang-Undang nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal dan Peraturan Pemerintah No 39/2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Sertifikat Halal (SH) adalah dokumen yang diterbitkan berdasarkan fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat Halal/Ketetapan Halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.

Pada tahun 2021 Kementerian Agama membuat program Sehati (Sertifikasi Halal Gratis) yang menargetkan 15 juta usaha mikro dan kecil (UMK) mendapat sertifikat halal dalam kurun waktu 2 tahun (Fahlevi, 2021). Tanggal 5 November 2021 atau 58 hari sejak peluncuran program Sehati, Sistem Informasi Halal BPJPH baru menerima 24.308 pengajuan sertifikasi halal dari pelaku UMK yang terdiri dari 19.209 usaha mikro dan 5.099 usaha kecil (Mastuki, 2021). Jika dihitung, rata-rata pengajuan sertifikasi halal UMK mencapai 419 per hari. Dengan rata-rata tersebut, dalam 2 tahun hanya mampu mencapai setidaknya 305.870 sertifikasi halal bagi UMK atau hanya 2,03 persen dari target.

Pemerintah kota Surabaya melalui Dinas Perdagangan sejak 2014 telah gencar melakukan fasilitasi terhadap Usaha Mikro Kecil dalam memperoleh sertifikat halal, bahkan pada setiap tahun pemerintah Kota Surabaya telah mengalokasikan di Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) untuk hal tersebut, mengingat biaya yang dibutuhkan dalam pengurusan sertifikat halal mulai dari 2-12 juta. adapun syarat yang ditetapkan oleh Dinas Perdagangan Kota Surabaya terhadap Pelaku Usaha agar dapat difasilitasi adalah:

1. KTP Surabaya
2. Kartu Keluarga
3. Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP)
4. Modal dibawah 50 juta
5. Kegiatan Produksi harus di Surabaya

Tiga pelaku usaha UMKM di kota Surabaya yang menjadi narasumber dalam penelitian ini sekaligus pelaku usaha yang ikut serta dalam program fasilitasi sertifikasi halal oleh Dinas perdagangan Kota Surabaya. Ketiga pelaku UMKM ini bahkan telah melakukan satu kali perpanjangan sertifikat halal yang juga melalui dinas perdagangan Kota Surabaya. Pedagang yang sedang mengurus sertifikat halal untuk produknya berpendapat bahwa, Dinas Perdagangan sangat

memudahkan dalam kegiatan pengurusan sertifikat halal. Pedagang tidak perlu kesana kemari dalam mengurus atau mengunjungi kantor, karena semua dokumen diantar jemput oleh dinas perdagangan kota surabaya.

Aspek Pengetahuan

Pelaku usaha yang menjadi narasumber dalam penelitian ini, mengetahui bahwa terdapat prosedur sertifikasi halal kepada produk sebelum diedarkan. Pemasaran produk tidak dapat dilakukan secara luas di supermarket jika tidak memiliki sertifikat halal dari LPPOM-MUI, Pengalaman Shifa sebagai pemilik UD. Sambel Dede Satoe, ketika pertamakali menjual produk yang akan dimasukkan ke super market akhirnya ditolak karena belum memiliki label halal. Keterbatasan informasi yang ada saat itu membuat pelaku usaha UMKM hanya sebatas mengetahui sertifikat halal tersebut tanpa memahami lembaga mana yang mengeluarkan dan seperti apa prosedur yang dilakukan untuk memperolehnya. Informasi secara rinci terhadap sertifikasi halal produk nanti didapatkan saat mereka mendapatkan sosialisasi dari pemerintah kota surabaya melalui dinas perdagangan, dimana pada awalnya para pelaku usaha pesimis terhadap prosedur yang ada, akan tetapi karena adanya program fasilitasi dari pemerintah kota Surabaya membuat pedagang menjadi terbantu.

Pelaku usaha saat ini sudah sangat mengetahui secara rinci prosedur dalam melakukan pengurusan terhadap sertifikat halal bahkan mereka mengetahui bahwa kewenangan sertifikasi halal saat ini bukan lagi berada pada Majelis Ulama Indonesia (MUI), melainkan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama. Secara umum berikut prosedur dan syarat dalam pengurusan sertifikat halal oleh pelaku usaha

1) Melakukan permohonan sertifikasi halal

Pelaku usaha melakukan permohonan sertifikasi halal dengan melengkapi dokumen. Adapun dokumen yang dipersiapkan, yaitu: Data pelaku usaha, Nama dan jenis produk, Daftar produk dan bahan yang digunakan Pengolahan produk Dokumen sistem jaminan produk halal.

2) Memeriksa kelengkapan dokumen dan menetapkan lembaga pemeriksa halal

Kemudian BPJPH memeriksa kelengkapan dokumen dan menetapkan lembaga pemeriksa halal. Proses ini memakan waktu 2 hari kerja.

3) Memeriksa dan/atau menguji kehalalan produk

Setelah itu pihak LPH memeriksa dan/atau menguji kehalalan produk, proses waktunya 15 hari kerja. Dalam kegiatan pemeriksaan kehalalan produk ini dilakukan visitasi atau kunjungan ke produsen untuk melihat bahan baku dan bahan tambahan serta bagaimana dan dimana proses pembelian dan penyimpanan bahan baku tersebut, bahkan produsen bahan baku juga akan diperiksa jika dibutuhkan untuk memastikan kehalalannya.

4) Menetapkan kehalalan produk melalui sidang fatwa halal

Selanjutnya, setelah dilakukan pemeriksaan, pihak yang menetapkan kehalalan produk adalah MUI melalui sidang fatwa. Proses penetapan produk halal di MUI memakan waktu 3 hari.

5) Menerbitkan sertifikat halal

Setelah ditetapkan oleh MUI, kembali lagi ke BPJPH. Selanjutnya pihak BPJPH akan menerbitkan sertifikat halal. Prosesnya satu hari kerja. Sehingga total waktu yang diperlukan untuk proses sertifikasi halal adalah 21 hari kerja.

Aspek Sikap

Pelaku usaha sangat merespon dengan baik kewajiban sertifikasi halal terhadap produknya, selain untuk memberi jaminan kehalalan kepada konsumen hal tersebut juga memberikan dampak signifikan terhadap penjualan produk. Pemilik usaha menjelaskan bahwa sebelum adanya

sertifikasi halal produk, proses produksi yang mereka lakukan sangat mengedepankan aspek halal, adapun dokumen sertifikat halal merupakan jaminan legal kepada konsumen.

Pada prinsipnya para produsen sangat setuju bahwa sebuah produk harus dilakukan jaminan halal sebelum di edarkan. Para pelaku UMKM yang menjadi narasumber dalam penelitian ini memiliki perbedaan sikap dalam menyikapi pendaftaran sertifikasi halal atas produknya, hal ini dipengaruhi oleh faktor eksternal, yang artinya ada faktor dari luar diri mereka sehingga berbeda dalam mengambil sikap. Ibu Evi yang merupakan pemilik Ayu Cookies yang sangat mempertimbangkan faktor biaya dan kerumitan birokrasi jika harus mengurus sendiri sertifikat halalnya, sehingga jika tidak memperoleh bantuan fasilitasi dari pemerintah kota Surabaya, Ibu Evi tidak akan melakukan pengurusan sertifikat halal akan produksinya. Ibu Ila yang menjadi pemilik Misscrip telah mengetahui biaya yang harus dihabiskan mencapai jutaan rupiah dalam mengurus sertifikat halal, sehingga ketika menggunakan biaya pribadi maka harga produk akan disesuaikan atau dinaikkan juga. Produsen Sambel Dede Satoe yang juga sudah banyak memperoleh sertifikat usaha bahkan telah melakukan ekspor ke Amerika Serikat menilai sangat membutuhkan sertifikat halal produk dengan biaya dan prosedur apapun. Outlet yang dimiliki oleh Sambel Dede Satoe juga menerima titipan produk makanan dan minuman untuk dijual meskipun belum memiliki sertifikat halal dan pihak Sambel Dede Satoe mengajak produsen tersebut untuk mengurus sertifikat halal, hal ini merupakan level *valuing* atau menghargai pada aspek sikap.

Aspek Tindakan

Pengetahuan dan sikap yang dimiliki oleh pelaku usaha atau produsen dalam melihat sertifikasi halal sebagai sebuah jaminan terhadap konsumen, maka tindakan yang diambil oleh pemilik-pemilik usaha adalah ikut serta dalam kegiatan yang diadakan oleh pemerintah kota Surabaya melalui fasilitasi sertifikat halal serta pelatihan atau workshop jaminan produk halal yang rutin diselenggarakan oleh dinas perdagangan. Selain itu para pelaku usaha berperan aktif dan kooperatif dalam mendukung upaya pemerintah kota surabaya sebagai fasilitator UMKM untuk memperoleh sertifikat halal.

Narasumber yang digunakan pada penelitian ini menyatakan bahwa, dorongan untuk bertindak memperoleh sertifikat halal dipengaruhi oleh kemudahan yang diberikan oleh Pemerintah Kota Surabaya dan juga adanya keluhan yang diperoleh dari masyarakat atas produk yang belum memiliki label atau sertifikat halal. Praktik produksi yang dilakukan selama ini juga secara moril telah menjamin kehalalan produk. Para pelaku usaha dalam proses sertifikasi halal mengikuti dengan baik, mulai dari kelengkapan dokumen yang akan diberikan kepada LPPOM-MUI, kemudian dalam proses pengecekan atau kunjungan supervisi dilakukan dengan kooperatif menunjukkan semua bahan baku dan bahan tambahan yang digunakan apa adanya.

Kendati demikian terdapat faktor-faktor yang menjadi tantangan atau penghambat kesadaran sosial pelaku usaha dalam memperoleh sertifikat halal yaitu kerumitan birokrasi dalam mengurus sertifikat halal, hal ini yang menjadi keluhan pelaku usaha dan faktor utama yang mendorong produsen untuk tidak mengurus sertifikat halal, selain itu faktor biaya yang cukup besar yang harus dikeluarkan sehingga jika menggunakan biaya pribadi maka harga produk pasti akan dinaikkan, hal ini menjadi keluhan produsen karena harga jual produk menjadi lebih mahal dan ada ketakutan tidak laku. Faktor penghambat lainnya adalah tidak ada sanksi tegas terhadap produk yang sudah beredar tapi tidak memiliki sertifikat halal.

Adapun yang menjadi faktor pendukung kesadaran sosial pelaku usaha untuk memperoleh sertifikat halal adalah dukungan dari pemerintah daerah melalui pelatihan dan pendampingan untuk mengurus dan membiayai sertifikat halal tersebut. Selain itu adanya kesadaran moral dan pengetahuan hukum yang baik membuat produsen ingin mendaftarkan produk mereka untuk memperoleh sertifikat halal.

Simpulan dan Saran

Keberadaan sertifikat halal terhadap sebuah produk merupakan kebijakan yang tepat dan diterima oleh seluruh lapisan masyarakat tidak hanya konsumen melainkan juga produsen baik skala besar ataupun kecil. Sertifikat halal memberikan jaminan moril dan legal terhadap kehalalan produk makanan dan minuman yang beredar. Pelaku Usaha Mikro, kecil dan Menengah (UMKM) di kota Surabaya mengetahui secara jelas kewajiban sebuah produk harus memperoleh sertifikat halal sebelum di edar atau dijual, selain itu respon atau sikap para pelaku usaha juga kooperatif dan aktif dalam mengurus sertifikat halal produk yang dimana pengurusannya di fasilitasi oleh Pemerintah Kota Surabaya melalui Dinas Perdagangan, sehingga hal ini sangat membantu baik dari aspek biaya dan teknis. Produsen juga aktif dalam mengikuti pelatihan atau *workshop* yang digelar oleh pemerintah kota Surabaya yang berkaitan dengan sertifikasi halal. Kendati demikian faktor rumitnya birokrasi pengurusan serta biaya yang cukup mahal menjadi alasan pelaku usaha tidak mau jika harus mengurus sendiri sertifikat halal produknya. Pemerintah pusat perlu mendorong pemerintah daerah untuk mengagendakan dan mengalokasikan setiap tahun anggaran dalam rangka memfasilitasi dan membiayai sertifikasi halal produk UMKM, selain itu diperlukan supervisi secara berkala untuk menjamin kehalalan sebuah proses produksi.

Daftar Pustaka

- Agus, Panji Adam. 2017. "Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 1(1):150-65. doi: 10.29313/amwaluna.v1i1.2172.
- Arif, M. Nur Rianto Al, and Dr. Euis Amalia. 2010. *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: KENCANA.
- CHEN, CHING-FU, and WEN-SHIANG TSENG. 2010. "Exploring Customer-Based Airline Brand Equity: Evidence from Taiwan." *Transportation Journal* 49(1):24-34.
- Cooney, Thomas M. 2012. "Entrepreneurship Skills for Growth-Orientated Businesses." *Denish Business Authority* (November):23.
- Dienillah, Izzah. 2019. "ANALISIS PENGARUH PERILAKU PRODUSEN TERHADAP PEMBERDAYAAN DAN KESEJAHTERAAN PETANI DALAM PERSPEKTIF MAQASYID SYARIAH." UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Maryati, T., R. Syarief, and R. Hisbullah. 2016. "Analisis Faktor Kendala Dalam Pengajuan Sertifikat Halal. (Studi Kasus: Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Makanan Beku Di Jabodetabek)." *Jurnal Ilmu Produksi Dan Teknologi Hasil Peternakan* 4(3):364-71. doi: 10.29244/jipthp.4.3.364-371.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Pearson, Elaine M., and Ronald L. Podeschi. 1999. "Humanism and Individualism: Maslow and His Critics." *Adult Education Quarterly*. doi: 10.1177/07417139922086902.
- Rogers, Carl. 1974. "In Retrospect: Forty-Six Years." *American Psychologist* 29(2):115-23. doi: <https://doi.org/10.1037/h0035840>.
- SEGATI, AHDA. 2018. "Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan." *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)* 3(2):159. doi: 10.15548/jebi.v3i2.175.
- Soekanto, Soerjono. 2013. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press.
- Susetyohadi, Agus, Mufti Alam Adha, Afrilia Dwi Utami, and Dwi Esti Sekar Rini. 2021. "Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kesetiaan Konsumen Pada Produk Makanan Dan Minuman: Studi Kasus Konsumen Non-

Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper
"Penguatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Menuju Indonesia Emas 2024"
Vol. 9 No. 1: November 2023 ISSN. 2355-261

Muslim Di Daerah Istimewa Yogyakarta." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7(1):285. doi: 10.29040/jiei.v7i1.1866.

Syafrida. 2016. "SERTIFIKAT HALAL PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN MEMBERI PERLINDUNGAN DAN KEPASTIAN HUKUM HAK-HAK KONSUMEN MUSLIM." *ADIL: Jurnal Hukum* 7(2):159-74.

Yaumidin, Umi Karomah. 2009. "Tingkat Kepercayaan Muslim Banten Terhadap Labelisasi Produk Makanan Halal." in *Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global: Perilaku Konsumen Muslim dalam Konsumsi Makanan Halal*. Jakarta: Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.