

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian



**Gambar 1.1 LAMBANG KOTA BOGOR JAWA BARAT**

*(Diskominfostandi Kota Bogor, 2017)*

Kota Bogor adalah bagian dari keindahan bumi Parahiyanan. Inilah kota yang terbangun selama lima abad lebih diatas bentang alam sebagian dari tanah Jawa Barat yang indah penuh pesona dan subur.

Terdapat warna-warna : emas, merah, biru dan hijau.

Arti tiap-tiap Lambang :

1. Kiri atas : Burung Garuda kuning emas merupakan Lambang Negara.
2. Kanan atas : Di Kota Bogor terletak Istana Bogor yang dinyatakan dengan lukisan istana Warna Perak.
3. Kiri bawah : Kota Bogor, tak dapat dilepaskan dari bayangan Gunung Salak dilukiskan dalam simbol gunung dengan empat buah puncaknya.
4. Kanan bawah : Kota Bogor adalah suatu pusaka dari Kerajaan Pajajaran, hal ini dilukiskan dengan bentuk Kujang.

*(Diskominfostandi Kota Bogor, 2017)*

### **1.1.1. Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor**

Berdasarkan Badan Pusat Statistik Kota Bogor usaha mikro kecil di Bogor mengalami pertumbuhan yang cukup baik hal tersebut dapat dilihat dari jumlah usaha mikro kecil di Kota Bogor, seperti Pasar Bogor memiliki usaha mikro kecil pada tahun 2013 sebanyak 2.010 dan pada Pasar Kebon Kembang memiliki usaha mikro kecil sebanyak 2.185 ada tahun 2014. UMKM menjadi sektor bisnis tertinggi di Kota Bogor apabila dibandingkan dengan bisnis pada perusahaan besar. Dengan demikian penulis memilih UMKM Kota Bogor sebagai objek penelitian.

### **1.1.2. Visi dan Misi Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor**

#### a. Visi

“Mewujudkan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang berkembang dan mandiri sebagai kekuatan penopang pertumbuhan ekonomi Kota Bogor”.

#### b. Misi

1. Memberdayakan Koperasi Masyarakat dan Fungsional.
2. Memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
3. Menata dan Memberdayakan Pedagang Kaki Lima (PKL).
4. Memberdayakan Pasar.

*(Pemerintah Kota Bogor, 2017)*

## **1.2. Latar Belakang Masalah**

Wilayah barat Indonesia yang padat penduduknya pada umumnya memiliki jumlah penduduk Muslim yang lebih besar dibandingkan dengan wilayah timur Indonesia. Karena perdagangan memiliki peran yang signifikan dalam proses Islamisasi di Indonesia, pulau-pulau yang lebih dekat dengan rute perdagangan utama menerima lebih banyak pengaruh Islam. Wilayah barat Indonesia, yang telah menjadi bagian dari jalur perdagangan global sejak sejarah

awal manusia, lebih banyak menerima pengaruh-pengaruh Islam yang disebarkan melalui proses perdagangan. Hal ini terutama terjadi di wilayah sekitar Selat Malaka (yang terletak di antara Malaysia dan Indonesia) yang dari dulu-dulu adalah salah satu jalur perdagangan laut tersibuk di dunia (Van der Schaar Investments, 2017) didukung oleh Wilson dalam Prabowo (2015) fakta bahwa Indonesia adalah Negara Muslim terbesar di dunia. Seiring dengan membaiknya kondisi ekonomi dan politik, ada muncul berpendidikan kelas menengah yang mudah adaptif terhadap perkembangan global, tetapi mereka masih tertarik untuk memegang nilai-nilai Islam tradisional.

Menurut Wongso pada [lifestyle.okezone.com](http://lifestyle.okezone.com) pada 18 November 2016 Masyarakat Indonesia semakin peduli dengan apapun yang menyangkut tradisi dan budaya, salah satunya adalah kuliner Nusantara yang harusnya semakin lama semakin berkembang. Kesadaran masyarakat Indonesia sekarang jauh lebih tinggi atas apresiasi tradisi kuliner dibanding 10 tahun lalu.

Menurut Ajidin pada [republika.co.id](http://republika.co.id) diakses pada 19 November 2016 sebagai Negara jumlah penduduknya mayoritas muslim tidak boleh kalah bersaing dalam meraih pangsa pasar halal *food*. Perlu adanya dukungan dari pemerintah, khususnya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk mendorong pengusaha kuliner di Indonesia agar mengembangkan makanan halal, dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mendorong para pengusaha untuk mendapatkan sertifikasi makanan halal dari lembaga pengawasan makanan halal. Adanya sertifikasi halal maka pengakuan dunia terhadap industri makanan halal akan semakin meningkat. Serta akan semakin menduduki posisi Indonesia sebagai pusat makanan halal di ASEAN.

Bogor selain dikenal dengan kota hujan dan menawarkan berbagai objek wisata menarik khas pegunungan, Kota hujan ini juga menyimpan segudang kuliner unik yang menjadi ciri khas bagi Bogor. Tidak heran banyak wisatawan yang mampir ke Bogor selalu menyempatkan diri untuk berburu berbagai kuliner untuk dijadikan oleh-oleh. (Ibo, 2015). Lokasinya yang dekat dengan Ibukota, membuat Bogor jadi *alternative* tujuan wisatawan *domestic* maupun

mancanegara. Sesuai yang disebutkan oleh Walikota Bogor Bima Arya pada acara Bogor Halal Fair 2015 pada [food.detik.com](http://food.detik.com) diakses pada 20 November 2016, bahwa Bisnis kuliner berkembang sangat prospektif. Termasuk kuliner halal yang sangat dibutuhkan bukan saja oleh Umat Muslim tetapi juga masyarakat secara umum, pangan halal itu terbukti sekaligus dapat dirasakan bersama terjamin aman dan sehat sehingga dijadikan *tagline* “Konsumsi Produk Halal Jaminan Hidup Sehat”. Kegiatan tersebut memberikan informasi dan mempromosikan produk halal kepada dunia usaha maupun masyarakat secara umum. Keberadaannya dapat memotivasi para pelaku usaha terutama bidang pangan, agar dapat menghasilkan produk yang halal.

Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bogor bidang industri, jumlah terbanyak ada di segmen UMKM. Berikut merupakan data jumlah perusahaan perdagangan di Kota Bogor 2011-2014 berdasarkan hasil pencatatan oleh BPS Kota Bogor pada tabel 1.1:

**Tabel 1.1 Jumlah Perusahaan Perdagangan Kota Bogor 2011-2014**

<b>Jumlah Perusahaan Perdagangan dan Nilai Investasi di Kota Bogor 2011-2014</b>					
<i>Number of Trading Companies and Value of Investment in Bogor City 2011-2014</i>					
<b>Jenis Perusahaan Perdagangan / Type Trading Company</b>	<b>Nilai Investasi/Value of investmen (Juta/million Rp)</b>	<b>Jumlah Perusahaan / Number of firms</b>			
		<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Perusahaan Perdagangan Formal (Formal Trading Company)</b>					
<b>a. Perusahaan Besar / Large companies</b>	<b>&gt; Rp. 5.000,-</b>	<b>15.00</b>	<b>7.00</b>	<b>8.00</b>	<b>15.00</b>
<b>b. Perusahaan Menengah / Medium enterprises</b>	<b>Rp. 500,- s/d Rp. 5.000,-</b>	<b>23.00</b>	<b>49.00</b>	<b>113.00</b>	<b>131.00</b>

<b>c. Perusahaan Kecil / <i>Small companies</i></b>	<b>Rp. 50 s/d Rp. 500,-</b>	<b>150.00</b>	<b>192.00</b>	<b>377.00</b>	<b>369.00</b>
<b>d. Perusahaan Mikro /<i>Micro enterprises</i></b>	<b>&lt; Rp. 50,-</b>	<b>213.00</b>	<b>94.00</b>	<b>305.00</b>	<b>231.00</b>
<b>Perusahaan Perdagangan <i>Non Formal / Non Formal Trading Company</i></b>	<b>Na</b>	<b>na</b>	<b>na</b>	<b>na</b>	<b>na</b>
<b>Jumlah</b>		<b>401.00</b>	<b>342.00</b>	<b>803.00</b>	<b>746.00</b>
Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor					
Source : Department of Industry and Trade of Bogor City					

*Sumber: bogorkota.bps.go.id*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah perusahaan perdagangan di Kota Bogor cukup baik. Hal tersebut didukung dengan data berdasarkan *rekapitulasi* UMKM yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Bogor, berikut merupakan tabel yang berisi angka rekap UMKM di Kota Bogor :

**Table 1.2 Data *Rekapitulasi* UMKM Kota Bogor**

No	Uraian	Jumlah	Keterangan
1.	Pelaku Usaha Formal	12.047	Mikro
2.	Pelaku Usaha Formal	2.664	Kecil
3.	Pelaku Usaha Formal	747	Menengah
4.	Pelaku Usaha Informal	4.129	PKL
5.	Pelaku Usaha Dalam Pasar	3.589	PD. PPJ

6.	Pelaku Usaha Dalam Pasar	550	Propindo
Jumlah		23.726	

*Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM*

Dari table diatas menunjukkan jumlah UMKM di Kota Bogor ada 23.726 jenis. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran yang besar dalam perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM ditengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, terutama agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang semakin membanjiri sentra industri dan manufaktur Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto dan Wijayanti, 2015)

Label halal dinilai akan menjadi keunggulan bersaing bagi industri mikro kecil menengah (IMKM) makanan dan minuman yang ingin menembus pasar ekspor. Menurut Lukman Hakim Ketua Majelis Ulama Indonesia pada [republika.co.id](http://republika.co.id) diakses 19 November 2016 Industri halal global terus bertumbuh, negara yang mayoritas penduduknya nonmuslim pun sudah mulai melirik industri halal. Industri mensertifikasi produk halal, baik untuk dipasarkan di dalam negeri sebagai pemikat kedatangan wisatawan muslim maupun untuk diekspor ke sejumlah Negara yang memiliki populasi muslim.

Seiring dengan peningkatan kesadaran umat Islam terhadap konsumsi produk halal, baik, dan aman diperlukan upaya bersama dalam pengelolaan produk. Sebagaimana dikemukakan oleh Lukmaul Hakim pada [halalmui.org](http://halalmui.org) diakses pada 20 November 2016 bahwa perkembangan halal di Indonesia dan di seluruh dunia yang sangat pesat, menuntut LPPOM MUI harus senantiasa meningkatkan pelayanan di bidang sertifikasi halal, oleh karena itu diperlukan kerjasama dengan pihak untuk menjawab tuntutan perkembangan sertifikasi halal

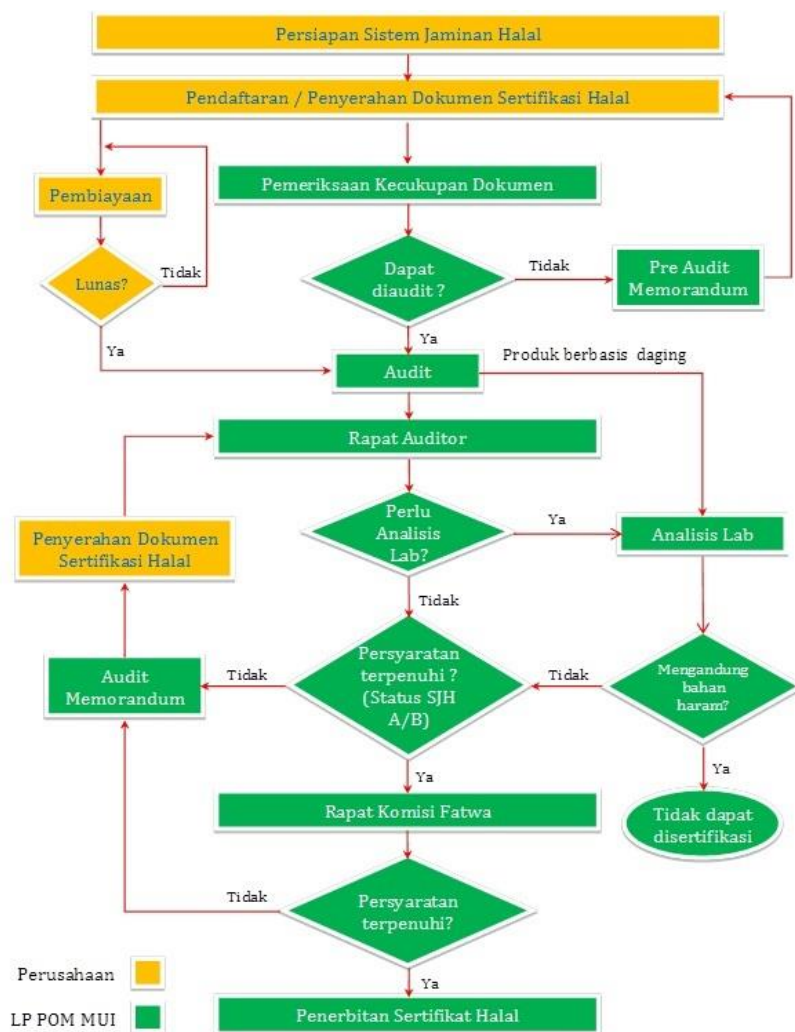
yang semakin tinggi. Meskipun secara persentase tahun ke tahun produk sertifikasi halal mengalami peningkatan tetapi total angkanya masih cukup kecil.

Ada beberapa alasan rendahnya minat pedagang dalam melakukan sertifikasi halal berdasarkan informasi pada [halalmui.org](http://halalmui.org) diakses pada 20 November 2016, pertama karena pemahaman dan kepedulian pedagang terhadap halal masing sangat sederhana. Kedua sifat sertifikasi halal masih bersifat *voluntary* (sukalera) sehingga tidak ada kewajiban bagi pedagang untuk mengajukan sertifikasi halal. Produk yang dikonsumsi secara massal seperti bakso dan daging diwajibkan untuk melakukan sertifikasi halal. Hal tersebut didukung juga oleh pernyataan Prabowo *et al* (2015) bahwa pada permasalahan sertifikasi halal, masih banyak orang yang terlibat langsung dalam industri makanan namun tidak tahu bahan-bahan yang dilarang dalam agama Islam meskipun mereka adalah seorang muslim. Konsumen juga mengakui bahwa mereka tidak pernah menanyakan tentang status kehalalan dari makanan yang mereka beli, terutama jika penjual menggunakan atribut Islam.

Selain adanya dorongan pemerintah sertifikat halal dapat menjadikan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Meskipun demikian, beberapa pemilik restoran mengamati bahwa halal adalah produk sehat, lezat, berkualitas, otentik, aman, dan higienis, dan sertifikat halal dapat menjadi merek dagang dan memiliki keunggulan bersaing, namun sebagian besar pemilik restoran menyatakan bahwa sertifikasi halal bersifat kompleks, mahal dan prosesnya menyita waktu. (Marzuki *et al*, 2012 dalam Prabowo, 2015) hal tersebut didukung oleh Porter (1980) bahwa kekuatan persaingan industri yang akan menjadikan keunggulan bersaing, kekuatan tersebut adalah *supplier, new entrants, buyers, substitutes, dan industry*. Namun sayangnya ada faktor-faktor penghambat seperti menarikkan investasi sebanyak-banyaknya, prosedur kepengurusan kepemilikan sertifikasi, dan dengan adanya sertifikat halal dapat menyulitkan industri dari hulu ke hilir sesuai yang dikatakan oleh Shinta Widjaja Kamdani pada situs [beritagar.id](http://beritagar.id) diakses pada 21 November 2016. Pengusaha telah memberikan masukan ke pemerintah terkait sertifikasi halal ini yang dapat menyulitkan industri dari hulu ke hilir, karena

proses sertifikasi bahan baku harus disertifikasi terlebih dahulu dan memakan proses waktu yang lama. Hal tersebut didukung berdasarkan UU nomor 33 tahun 2014 Bab II Kewajiban Sertifikasi Halal secara bertahap pada pasal 2 ayat 1 bahwa produk yang beredar dan diperdagangkan diwilayah Indonesia wajib bersertifikasi halal.

**Gambar 1.2 Proses Sertifikasi Halal**



Sumber : (MUI, 2017)

Berdasarkan proses sertifikasi halal di MUI menunjukkan bahwa pemeriksaan sertifikasi oleh MUI dimulai dari bahan baku pemasok hingga siap didistribusikan ketangan konsumen. Hal tersebut menjadikan bahwa untuk mendapatkan halal dari MUI perusahaan atau UMKM memastikan rantai pasok harus memenuhi syarat dari prosedur. (MUI, 2017)



Strategi rantai pasok didefinisikan berdasarkan bagaimana pelanggan mengutamakan biaya produk, waktu pengiriman, variasi, dan kualitas. Strategi rantai pasok menjadikan keunggulan bersaing pada perusahaan, karena kebutuhan pelanggan yang ingin dipuaskan melalui produk dan layanannya. (Chopra, 2013:31)

Sertifikasi halal dapat memberikan dampak positif pada pelayanan konsumen karena rasa nyaman konsumen mengkonsumsi produk yang halal, tetapi masih banyak pelaku UMKM yang belum mempunyai sertifikasi halal. Hal tersebut didukung dari data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor bahwa dari 396 UMKM dibidang makanan hanya 10 UMKM yang memiliki sertifikat halal. Maka dari hasil uraian diatas, penulis mencoba mengkaji faktor - faktor apa yang menjadi penghambat dalam pengajuan sertifikasi halal dalam bentuk penelitian yang berjudul:

### **“ANALISIS FAKTOR – FAKTOR PENGHAMBAT PENGAJUAN SERTIFIKASI HALAL PADA UMKM DI KOTA BOGOR JAWA BARAT“**

#### **1.3. Rumusan Masalah**

Sertifikasi halal merupakan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MUI melalui keputusan sidang Komisi fatwa yang menyatakan kehalalan suatu produk berdasarkan proses audit yang dilakukan oleh LPPOM MUI. Sertifikasi halal menjadikan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Namun kesadaran pelaku bisnis dan konsumen atas kehalalan masih rendah, serta baru sedikit pelaku usaha yang tersertifikasi halal.

Studi terdahulu mengenai sertifikasi halal mengelola produk halal untuk menjadikan suatu keunggulan bersaing pada pasar global dan meningkatkan kompleksitas pasokan dengan memperluas berbagai produk. Menurut Prabowo (2015) pada industri makanan seperti restoran dan catering di Kalimantan Timur kurang memprioritaskan sertifikasi halal. Pada penelitian Rafiki (2014) menyatakan bahwa masyarakat muslim di Indonesia memiliki persepsi bahwa sertifikasi produk halal tidak bisa digabungkan dengan praktik bisnis. Registrasi

sertifikat halal juga masih dianggap remeh. Pada penelitian Alqudsi (2014) menyatakan bahwa persepsi konsumen daging halal biasanya melakukan pembelian hanya dengan melihat logo halal pada kemasan tanpa memikirkan keaslian kehalalan pada rantai pasoknya.

Penelitian ini ingin mengetahui penghambat pengajuan sertifikasi halal pada UMKM yang akan menjadi keunggulan bersaing dan mendorong para UMKM untuk mempunyai sertifikat halal, padahal sudah ada undang-undang yang mengatakan bahwa produk yang beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikasi halal tetapi dari data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor bahwa dari 396 UMKM hanya 10 UMKM yang mempunyai sertifikat halal.

#### **1.4.Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dijelaskan, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- 1) Faktor apa saja yang menghambat pengajuan sertifikasi halal pada UMKM di Kota Bogor Jawa Barat?
- 2) Faktor manakah yang paling dominan menghambat pengajuan sertifikasi halal pada UMKM di Kota Bogor Jawa Barat?

#### **1.5.Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

- 1) Untuk mengetahui faktor apa saja yang menghambat pengajuan sertifikasi halal pada UMKM di Kota Bogor Jawa Barat.
- 2) Untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan menghambat pengajuan sertifikasi halal pada UMKM di Kota Bogor Jawa Barat.

#### **1.6.Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sarana dalam melatih kemampuan menganalisis dan berfikir secara sistematis dan terstruktur

bagi para penulis ilmiah, serta sebagai media dalam menambah ilmu pengetahuan, wawasan, dan dapat meningkatkan pemahaman terhadap apa yang menjadi penghambat pengajuan sertifikasi halal dalam UMKM, dan juga penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu pertimbangan, referensi pustaka, dan menjadi perbaikan untuk penelitian selanjutnya.

Manfaat bagi para pelaku usaha terutama UMKM yang sedang bersaing menghadapi tantangan global, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan acuan serta bahan pertimbangan dalam menghadapi penghambat pengajuan sertifikasi halal untuk menjadikan keunggulan bersaing, sehingga para pelaku usaha dapat melakukan identifikasi menjadi lebih mudah sebelum terjadi hal – hal yang tidak diharapkan. Penelitian ini diharapkan dapat membantu para UMKM untuk mengetahui dan bagaimana menindaklanjuti penghambat yang kemungkinan muncul dalam pengajuan sertifikasi halal, sehingga dapat diminimalisir dan pelaku UMKM lebih *aware* terhadap faktor penghambat yang bisa mempengaruhi keberlangsungan usahanya.

### **1.7. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini adalah tentang faktor - faktor penghambat pengajuan sertifikasi halal dan faktor manakah yang paling dominan berpengaruh pada UMKM di Kota Bogor Jawa Barat. Penelitian terdahulu pada Prabowo (2015) dan Porter (1980). Keunggulan bersaing (yang diteliti hanya keunggulan secara horizontal saja yaitu *supplier*, *industry*, dan *buyer*. Secara vertical (*new entrant*, *industry*, dan *substitutes*) tidak digunakan pada penelitian ini karena pada objek penelitian yang tidak memiliki *new entrant* dan *substitutes*.

## **1.8.Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

### **BAB II**

Dalam penulisan bab 2 terdiri dari tinjauan pustaka penelitian (rangkuman teori; penelitian terdahulu), kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

### **BAB III**

Dalam penulisan bab 3 terdiri dari jenis penelitian, variable operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, jenis, serta teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

### **BAB IV**

Dalam penulisan bab 4 terdiri dari Hasil Penelitian dan pembahasan yang diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan masalah.

### **BAB V**

Dalam penulisan bab 5 disajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan penelitian. Dan saran yang dirumuskan secara konkrit yang merupakan implikasi kesimpulan dan berhubungan dengan masalah dan alternatif pemecahan masalah.