

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Bandung merupakan salah satu dari 5 Kota Terbesar di Indonesia yang secara geografis menjadi Induk Kota dari Provinsi Jawa Barat. Sebutan yang paling terkenal bagi Kota Bandung ialah Kota Kembang

Dikatakan Kota Kembang, karena memang tak bisa dipungkiri Kota Bandung memiliki segudang budaya, prestasi, hingga kekayaan alam yang melimpah. Bandung dapat dikatakan miniatur Indonesia, hampir semua suku, adat istiadat, trofi PON dan adipura, hingga pemandangan indah yang melintang di seluruh penjuru Kota Bandung. Baik keindahan alam maupun, suasana metropolitan layaknya sebuah kota besar yang terjaga integritasnya.



Gambar 1.1

LAMBANG KOTA BANDUNG

Sumber: Bandung.go.id

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung 8 Juni 1953, yang ditetapkan melalui Keppres 28 April 1953 Nomor 104, dan Peraturan Mendagri, 27 September 1953 No. 3, Lambang Kota Bandung yang terbentuk dari empat unsur warna, di bagian atas menggambarkan langit yang menyinari dari ujung kiri ke ujung kanan. Juga terdapat gunung, dan perisai balok lintang berjumlah empat buah. Juga terdapat *emblem* yang mencirikan sungai/air.

Di bagian dasarnya terdapat pita amsal yang berisikan kata-kata dalam Bahasa Kawi, yang menjadi salah satu gaungan dari slogan Kota Bandung, yaitu : Gemah Ripah Wibawa Mukti. Tentu

suatu lambing dibuat untuk mencirikan/mendeksripsikan filosofi terhadap apa yang diwakilkan dari logo tersebut. Bagian atas mengkonotasikan keluhuran dan kesejahteraan yang tersebar di seluruh penjuru Kota Bandung, juga gunung dan sungai, menggambarkan, kesimbangan ekosisten pada keindahan alam yang selalu terjaga, dan perisai yang menggambarkan Bandung merupakan kota yang terjaga dan memiliki integritas. Selaras dengan pita di dasarnya, yang bermakna tanah subur rakyat makmur.

1.1.1. Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung

Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil Menengah Kota Bandung merupakan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) dibawah naungan Pelaksana Eksekutif Kota Bandung yang berfungsi sebagai Pembina Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Koperasi di Kota Bandung. Berdasarkan Perda (peraturan daerah) Kota Bandung No. 8 Thn.. 2016 perihal Bagan Susunan dan Fungsi SKPD Kota Bandung yang menjelaskan pembagian wewenang antara pemerintah daerah, pemerintah kota, pemerintah kota, dan pemerintah provinsi, kewenangan telah terbagi, dan ketiganya memiliki tugas pokok untung membina Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Koperasi di Kota Bandung. Tujuan dibentuknya Dinas Koperasi dan UMKM ini ialah:

1. Menefisiensikan progres, daya saing, hingga peran UMKM dan Koperasi di Kota Bandung.
2. Menjadikan Dinas UMKM dan Koperasi sebagai perangkat daerah yang membantu roda perekonomian Kota Bandung dalam mencapai objektif pada RPJMD, yakni Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Periode 2014-2019

Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Bandung mengalami pertumbuhan yang relatif baik karena mengalami terus peningkatan ketimbang tahun sebelumnya. Sebagai contoh, Pasar Ciroyom memiliki usaha mikro kecil pada tahun 2019 sebanyak 3.010 dan pada Pasar Ciroyom memiliki usaha mikro kecil sebanyak 2.185 ada tahun 2018. UMKM menjadi sektor bisnis tertinggi di Kota Bandung apabila dibandingkan dengan bisnis pada perusahaan besar. Dengan demikian penulis memilih UMKM Kota Bandung sebagai objek penelitian.

1.1.2. Visi dan Misi Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung

1.1.1.1 Visi Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung

“Menjadi Perangkat Daerah di bawah naungan Kota Bandung yang menjadi pembina roda perekonomian dalam industri dan perdagangan guna mewujudkan pembangunan ekonomi yang kokoh, maju dan berkeadilan”.

Dengan kata lain melihat Dinas KUMKM, harus memberikan pedoman/arahan agar tiap-tiap UMKM memiliki objektif yang jelas dan komprehensif guna mencapai *Sustainability Competitive Advantage* (SCA). Memaksimalkan kapasitas dan kapabilitas yang dimiliki agar dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar bahkan, perusahaan mancanegara.

1.1.1.2 Misi Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung

1. Memaksimalkan integritas kelembagaan, kemanfaatan, dan kemampuan yang dimiliki Koperasi dan UMKM.
2. Menguatkan daya saing industri yang maju;
3. Meningkatkan kinerja perdagangan dalam negeri dan mancanegara, dengan memaksimalkan produksi dan membantu saluran distribusi barang yang kokoh
4. Bertanggungjawab pada evaluasi keuangan yang wajar, sesuai dengan kenyataan, dan melakukan kinerja yang maksimal.

1.1.3. Tugas dan Fungsi Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung

1. Tugas Pokok

Melakukan apa yang menjadi objektif Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung berdasarkan acuan target tahun sebelumnya, sesuai Peraturan Daerah Kota Bandung No. 8 Tahun 2017 tentang Susudan dan Pembentukan Perangkat Kota Bandung dan Peraturan Wali Kota Bandung nomor 1395 tahun 2016 perihal Susunan Organisasi, Kedudukan, Fungsi dan Tugas, serta Panduan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung

2. Fungsi Dinasi Koperasi dan UMKM Kota Bandung :
 - a. Formulasi regulasi dalam lingkup Koperasi dan UMKM Kota Bandung
 - b. Pengelola regulasid alam lingkup Koperasi dan UMKM Kota Bandung
 - c. Mengevaluasi laporan dalam lingkup Koperasi dan UMKM Kota Bandung
 - d. Mengawasi dan mengayomi lingkup Koperasi dan UMKM Kota Bandung

- e. Pengelola peranan lainnya, apabil diarahkan oleh Eksekutif Kota Bandung perihal dengan fungsi dan tugasnya.

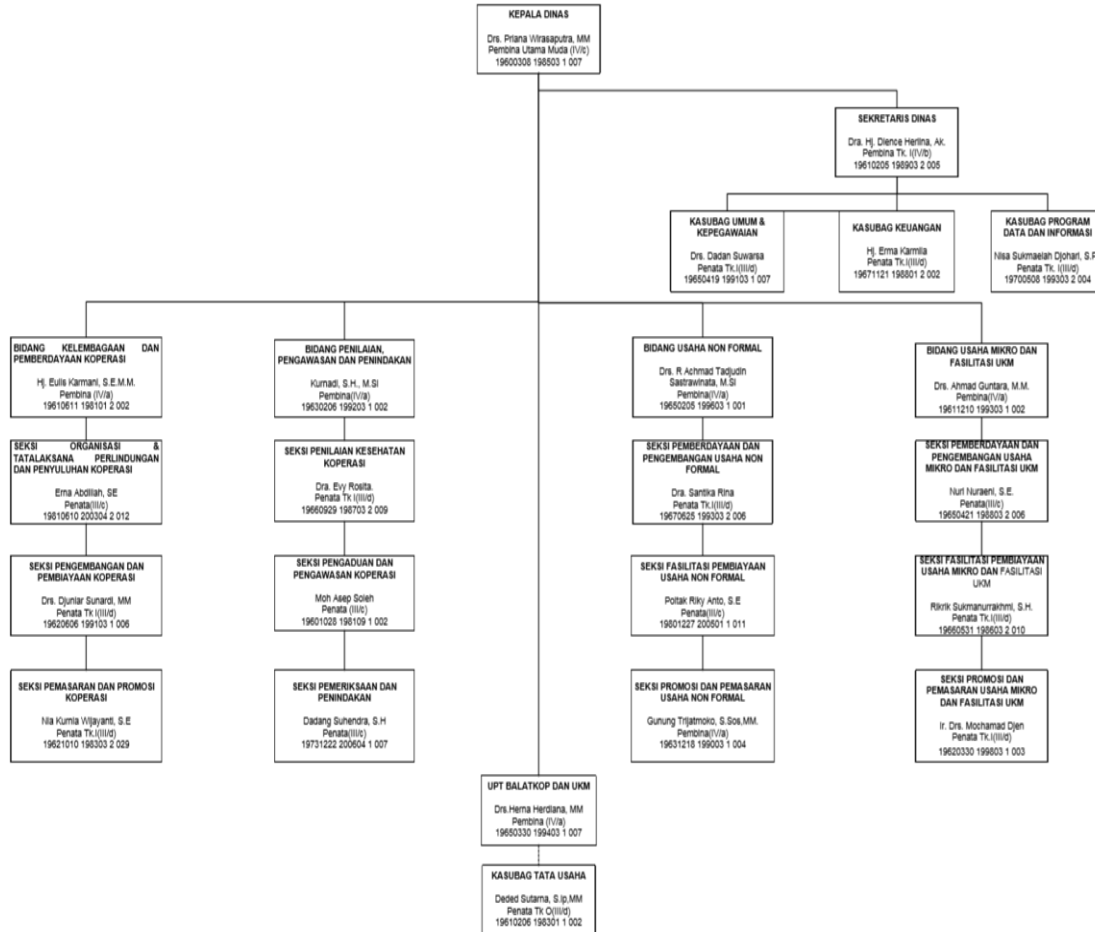
1.1.4. Struktur Organisasi

Sesuai PP(Peraturan Pemerintah) No. 42 thn. 2016 perihal SKPD Kota Bandung, meliputi susunan, fungsi, dan pembentukan perangkat daerah, juga Peraturan Walkot Kota Bandung Nomor 1934 thn. 2016 yang mengatur susunan, kedudukan perangkat, pembagian tugas, dan tatakerja Dinasi Koperasi dan UMKM Kota Bandung. Sebagai berikut :

1. Kepala Dinas
2. Bendahara-Sekre, membawahi ;
 - a. SubBagian Umum Ketenagakerjaan;
 - b. SubBagian Finansial;
 - c. SubBagian Administrasi, Data, Informasi.
3. Kepala Bagian Kelembagaan, Pembinaan UMKM, membawahi ;
 - a. Kepala Bagian Kepegawaian dan Tugas Fungsi, Pembinaan dan Perepatan Pertumbuhan UMKM
 - b. Kepala Bagian Penelitian dan Ekonomi UMKM
 - c. Kepala Bagian Pemasaran UMKM
4. Bidang Penilaian, Pengawasan dan Penindakan, membawahkan :
 - a. Kepala Seksi Penilaian Kesehatan Koperasi
 - b. Kepala Seksi Pengaduan dan Pengawasan Koperasi
 - c. Kepala Seksi Pemeriksaan dan Penindakan Koperasi
5. Bidang Ekonomi/lainnya, membawahi :
 - a. Kepala Bagian Penelitian dan Penguatan UMKM Non-Formal
 - b. Kepala Bagian Penanggulangan biaya UMKM Non Formal
 - c. Kepala Bagian Pemasaran UMKM Non-Formal.
6. Bidang Penyedia Fasilitas Koperasi, membawahi:
 - a. Kepala Bagian Pembinaan dan Penyuluhan Koperasi
 - b. Kepala Bagian Penyedia Fasilitas Pembiayaan Koperasi
 - c. Kepala Bagian Pemasaran Koperasi.
7. Kepala Unit Pelaksana Teknis Balatkop dan UKM, membawahkan :

a. Ketua Sub-Bagian Sekretariat.

Berikut Kerangka Formasi Lembaga dan Fungsi Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung terjabarkan sebagai berikut.



Gambar 1.2

Bagan Birokrasi dan Tata Kerja Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kota Bandung

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung

1.2. Latar Belakang

Islam diperkirakan masuk ke Nusantara, yang dibawakan oleh pedagang-pedagang yang berasal dari Persia, para awak kapal sebagian besar berasal dari orang Gujarat dan diperkirakan masuk ke Nusantara pada ada 13 M. Dalam rentang waktu 7 abad lebih, masuknya kebudayaan islam sangat memengaruhi cara pandang, dan kebudayaan Nusantara, mulai dari bidang politik,

sosial, pendidikan, bidang bahasa sastra, serta arsitektur dan kesenian. Sejak dahulu kala, perdagangan punya andil pengaruh yang sangat besar terhadap keberlangsungan hidup dan cara pandang masyarakat tempat para pedagang bersinggah. Di Indonesia sendiri daerah-daerah yang diduduki oleh para pedagang kebanyakan di pesisir Banten, Malaka, Aceh yang notebennya Wilayah Barat dari Indonesia, sehingga hingga saat ini wilayah barat cenderung lebih kental keislamannya ketimbang wilayah timur.

Tujuh Abad lebih, Islam berkembang di Nusantara, hingga kini Indonesia memuncaki sebagai negeri dengan total muslim terbanyak ketimbang negara manapun di dunia. Ketika aspek aspek islam sudah merangsek ke hal-hal dasar dalam kebudayaan masyarakat Indonesia, maka lingkup-lingkup yang lebih kecil dan kompleks akan semakin diperhatikan, salah satunya, yakni bidang pangan. Makanan yang dikonsumsi oleh umat islam harus memenuhi kriteria halal (diperbolehkan dalam syari'at islam), mulai dari tata cara penyajian, juga bahan-bahan yang digunakan.

Al-Quran merupakan Kitab Suci yang merupakan pedoman bagi Umat Islam, meliputi adab (akidah akhlak), sejarah, dan fiqih (persoalan hukum). Termasuk kebutuhan manusia sehari-hari yakni, kebutuhan primer akan pangan. Perintah tentang apa apa saja yang boleh dikonsumsi umat muslim sesuai dengan koridor jenis makanan yang oleh Islam disebut makanan yang halal serta diikuti dengan sifat thayyib. Hal ini sebagaimana yang diterangkan Allah dalam beberapa firman-Nya. Allah S.W.T., QS

An-Nahl ayat 114, berbunyi;

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ لِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah”

QS al Maidah ayat 88 yang berbunyi:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

“Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”

QS Al-An'am ayat 118.

فَكُلُوا مِمَّا ذُكِرَ اسْمُ اللَّهِ عَلَيْهِ إِنَّ كُنتُمْ بِأَيْتِهِ مُؤْمِنِينَ

“Maka makanlah (daging) yang disebut nama Allah ketika menyembelihnya, jika kamu beriman kepada ayat-ayat-Nya.”

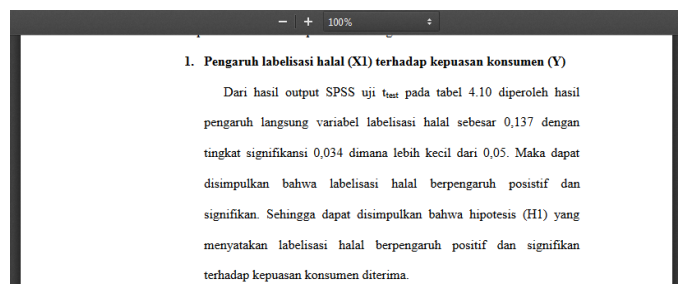
Ayat-ayat diatas secara normatif menunjukkan Perintah Allah kepada hamba-Nya perihal makanan untuk mengindahkan dalam mendapatkan makanan yang halal serta baik. Halal yang dimaksudkan adalah jenis makanan dari tumbuhan dan hewan yang tidak diharamkan.

Laporan *Global Islamic Economy*, merepresentasikan Indonesia menjadi pasar industri halal terbesar di dunia dengan rasio pertumbuhan rata-rata meningkat hingga lima sampai enam persen per tahunnya. Indonesia menduduki peringkat 10 dari 15 negara tertinggi dalam perkembangan ekonomi syariah. Peningkatan pasar industri halal di Indonesia didorong oleh beberapa sektor industri antara lain industri perbankan, industri makanan dan minuman, industri *fashion* muslim, industri kesehatan dan industri kosmetik.

Dewasa ini produk-produk halal telah memiliki market yang sangat besar dan menarik tidak hanya bagi umat muslim, namun juga bagi umat non-muslim. Definisi halal pun telah berkembang. Produk halal kini tidak hanya harus bersih dari babi, namun juga harus memenuhi kriteria yang tinggi dalam hal kebersihan dan baik untuk kesehatan. Bahkan di negara-negara yang populasinya tidak didominasi oleh warga muslim. Fenomena ini diikuti dengan banyaknya produk-produk yang menyantumkan label halal pada produknya. Selain itu, mengkonsumsi produk halal menurut keyakinan agama merupakan Hak warga negara yang dijamin Undang-undang Dasar 1945 yang sesuai pada falsafah pancasila dan Agama. Dengan demikian, mengkonsumsi produk halal menjadi persoalan di lingkungan masyarakat serta menjadi tanggung jawab negara dengan basis pada pemikiran yang sama, yakni terjaminnya produk halal. Kejujuran seorang produsen, kewaspadaan konsumen, serta regulasi pemerintah merupakan kesatuan integral penegakkan hukum mengenai produk halal

Menjadi Negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia membuat fenomena ini berkembang pesat pula di Indonesia. Hal ini membuat para produsen berlomba-lomba untuk mendapatkan sertifikat halal sebagai keunggulan dari produk mereka, termasuk bagi usaha kecil dan menengah (UKM). Terlebih karena pemerintah telah menetapkan UU no.33 no 2014 yang mewajibkan semua produk yang beredar di Indonesia untuk memiliki sertifikat halal. Meski pada pelaksanaannya masih menimbulkan banyak masalah. Salah satu solusi yang dirasa lebih mudah dilakukan ialah menaruh label halal pada kemasan/ penjabaran suatu produk, hal tersebut memungkinkan mengobati dilemma pembeli dalam keraguan membeli/tidaknya suatu produk, yang pada akhirnya penjual pun akan untung dengan terjadinya transaksi.

Dari kacamata konsumen Muslim sendiri juga bukan tanpa kesulitan untuk memilah produk-produk yang mereka konsumsi menjadi produk dalam kategori halal dan haram. Tentunya untuk memeriksa sendiri kondisi kehalalan suatu produk adalah kurang memungkinkan. Hal ini berkaitan dengan masalah teknis dalam memeriksa kehalalan suatu produk, seperti uji kimia, pengamatan proses serta pemeriksaan kandungan produk. Adanya LPPOM-MUI dapat membantu masyarakat memudahkan proses pemeriksaan kehalalan suatu produk. Dengan mendaftarkan produk untuk diaudit keabsahan halal-nya oleh LPPOM-MUI sehingga produknya bisa mencantumkan label halal dan hal itu berarti produk tersebut telah halal untuk dikonsumsi ummat Muslim dan hilanglah rintangan nilai yang membatasi produk dengan konsumen Muslim. Hal ini berarti peluang pasar yang sangat besar dapat terbuka bagi para pelaku bisnis, terutama UMKM yang merupakan penopang perekonomian Kota Bandung. Dengan adanya label halal ini konsumen Muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi.



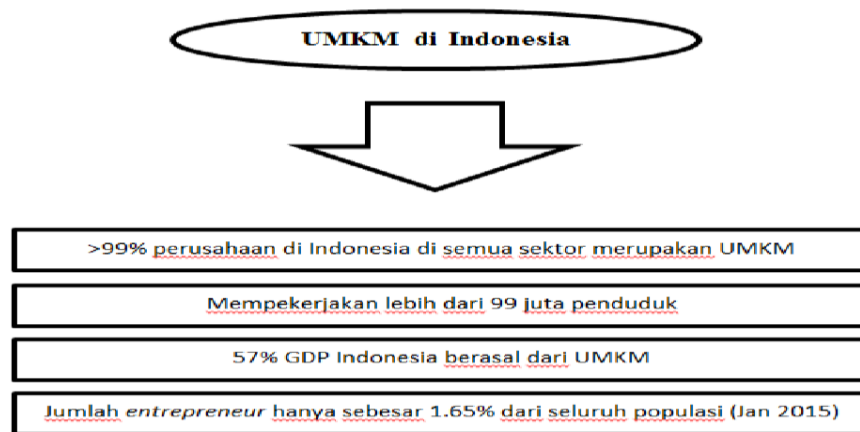
Gambar 1.3

Kesimpulan Skripsi Analisis Pengaruh Label Halal, Brand, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Kota Medan)

Sumber: Reposito USU

Menjabarkan gambar 1.3, perihal apa yang menjadi hasil penelitian yang dilakukan oleh Prastiwi (2019) dan diatas menyatakan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimana label halal adalah pemberian tanda halal atau bukti tertulis sebagai jaminan suatu produk halal dengan tulisan Halal dalam huruf Arab, huruf lain dan motor kode dari menteri yang dikeluarkan atas dasar pemeriksaan halal dari lembaga pemeriksaan halal yang dibentuk oleh MUI, fatwa Halal dari MUI, sertifikat halal merupakan jaminan yang sah bahwa produk yang dimaksud adalah halal dikonsumsi serta digunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan syariah (Halal MUI dalam Alfian dan Merpaung, 2017)

Christiana, et.al (2014) mengatakan bahwa (UMKM) usaha mikro, kecil menengah merupakan jenis usaha yang paling banyak jumlahnya sehingga menjadi dasar/penopang roda perekonomian di Indonesia. Sehingga demi mempercepat laju pertumbuhan ekonomi, maka UMKM di Indonesia perlu dibenahi/diperhatikan. Hingga saat ini, telah terbukti UMKM dapat menjadi penopang perekonomian Indonesia ketika krisis/inflasi di beberapa moment, indeks negara maju pula, dapat dilihat dari jumlah UMKMnya dan kemampuan daya serap ketenagakerjaannya. UMKM di Indonesia akan menjadi sehat dan kuat apabila mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah sehingga mampu menjadi pilar utama perekonomian. Konidisi UMKM di Indonesia akan dijelaskan pada gambar berikut.

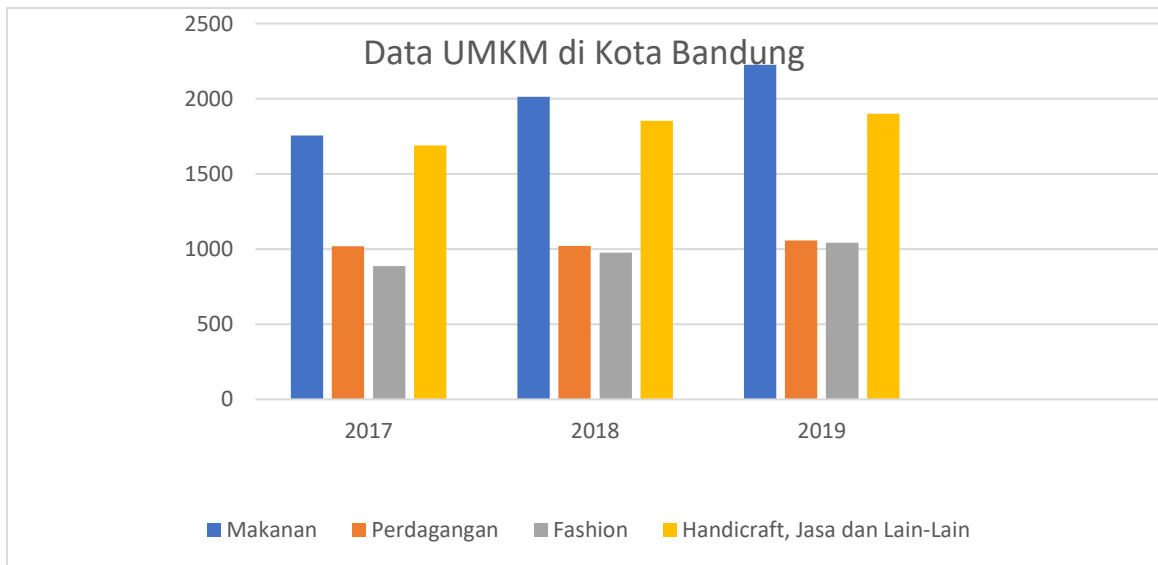


Gambar 1.4
Data perihal UMKM di Indonesia
sumber: umkmindonesia.id

Seperti yang dijabarkan gambar 1.3, dapat ditarik garis besar bahwa pada tahun 2015 UMKM merupakan jenis usaha terbesar di Indonesia yang menyerap lebih dari 99 juta tenaga kerja. UMKM juga menyumbangkan 57% terhadap GDP Indonesia.

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi & UMKM Kota Bandung (2019), terdapat 6.224 UMKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung.

No	Nama	Alamat	Kategori	Nilai
5314	Tatang	Cinambo RT.05/05	Ujung berung	2.400.000
5315	Syaid Haris	Cinambo Indah RT.03/09	Ujung berung	2.400.000
5316	Nani	Cigending RT.02/09	Ujung berung	4.200.000
5317	Sri	Cigending RT.02/03	Ujung berung	4.200.000
5318	Dudung	Cigending RT.03/04	Ujung berung	2.400.000
5319	Dedi S	Cigending RT.01/11	Ujung berung	4.200.000
5320	Donni	Cigending RT.03/05	Ujung berung	4.200.000
5321	Emen	Cigending RT.01/07	Ujung berung	9.000.000
5322	Reni	Cigending RT.04/06	Ujung berung	9.000.000
5323	H. Hasyim	Cigending RT.01/02	Ujung berung	9.000.000
5324	Abun	Jl. Sekedangder RT.02/10 Pasanggrahan	Ujung berung	9.000.000
5325	Isak	Jl. Sekedangder RT.01/10 Pasanggrahan	Ujung berung	9.000.000
	Dadang Gunawan	Kompleks Bukit Indah RT.01/13 Pasanggrahan	Ujung berung	2.400.000
	Agus	Kompleks Bukit Indah RT.02/13 Pasanggrahan	Ujung berung	2.400.000
	Mamat	Kompleks Bukit Indah RT.04/13 Pasanggrahan	Ujung berung	4.200.000
	Marsono	Kompleks Bukit Indah RT.03/13 Pasanggrahan	Ujung berung	4.200.000
	Salim	Jl. Sekedangder RT.02/01 Pasanggrahan	Ujung berung	2.400.000
	Oyo Darmo	Andir Kidul RT.03/03 Ujungberung	Ujung berung	2.400.000
	Cicli	Jl. Neglasari RT.02/04 Pasanggrahan	Ujung berung	4.200.000
	Imi	Gedebage RT.03/05	Ujung berung	4.200.000
	Endeh	Gedebage RT.01/05	Ujung berung	4.200.000
	Eneng	Gedebage RT.01/05	Ujung berung	4.200.000
	Usep	Gedebage RT.01/05	Ujung berung	4.200.000
	Mulyaili	Osaranten Weian RT.04/03	Ujung berung	4.200.000
	Ecin	Gedebage RT.01/05	Ujung berung	4.200.000
	Popon	Gedebage RT.01/05	Ujung berung	4.200.000
	Tarigan	Cigending RT.01/03	Ujung berung	4.200.000
	Iyam	Gedebage RT.04/05	Ujung berung	9.000.000
	Al	Gedebage RT.04/06	Ujung berung	4.200.000
	Mamah	Gedebage RT.04/06	Ujung berung	4.200.000



Gambar 1.5
Data UMKM di Kota Bandung

sumber: Data Olahan Penulis yang Didapat dari Data Mentah Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung

Sesuai Gambar 1.5, dapat terdeskripsikan bahwa UMKM Kuliner menjadi jenis UMKM dengan jumlah terbanyak, juga yang paling signifikan pertumbuhannya ketimbang jenis UMKM-UMKM lain di Kota Bandung.

Menurut Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung, Drs. Atet Dedi Handiman, kepada laman tribunnews.com, bahwa Usaha Mikro Kecil, dan Menengah sangat berperan dalam menopang roda perniagaan di Jawa Barat. Hadirnya pelaku usaha mikro, kecil dan menengah ini

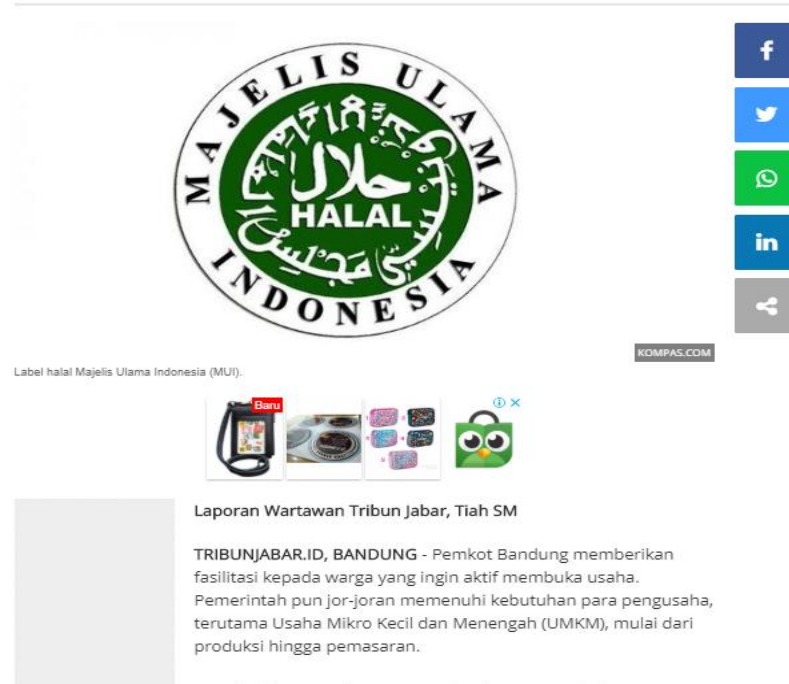
menumbangsih *impact* positif kepada seluruh lapisan masyarakat di sekitarnya. Di Bandung keberadaan UMKM pun membawa pengaruh yang cukup tinggi. Beliau pula mengatakan bahwa UMKM Bandung menyumbang sebanyak 80% terhadap PDB Kota Bandung. Ia pula menambahkan, bahwa UMKM di Bandung yang paling tinggi saat ini masih di kuliner, disusul fesyen, lalu kriya.

Menurut Wongso, pakar kuliner indonesia, pada laman 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, Ketua Umum Islamic Economics Forum STEI SEBI pada laman republika.co.id diakses pada 19 November 2016 sebagai Negara jumlah penduduknya mayoritas muslim harus dapat menguasai pangsa untuk kuliner halal, karena muslim lah yang lebih tahu definisi halal lebih jauh. Dibutuhkan adanya support dari pembuat regulasi, maupun menyokong dana. khususnya dari pemerintah pusat, yakni dari Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (*Creative Economy Agency*), sehingga para pelaku UMKM kuliner mampu mengembangkan industri kuliner yg sesuai syari'at Islam. Perihal label halal sangat memengaruhi peningkatan antusias dari konsumen, sudah terbukti secara global, diharapkan Indonesia mampu setidaknya menguasai pasar kuliner halal di Kawasan ASEAN, setidaknya bisa bersaing dengan Malaysia.

Di Kota Bandung Label Halal Gratis, Pengusaha Tinggal Datangi Saja Disperindag

Selasa, 13 November 2018 18:26



Gambar 1.6

Regulasi Pemkot Bandung terkait pembebasan biaya labelisasi halal

Sumber: <https://jabar.tribunnews.com/2018/11/13/di-kota-bandung-label-halal-gratis-pengusaha-tinggal-datangi-saja-disperindag> diakses per tanggal 20 Desember 2019

Selaras dengan gambar 1.6 perihal regulasi, Pemerintah Kota Bandung sudah sangat memfasilitasi UMKM Kuliner Kota Bandung, salah satunya yang berkenaan terkait label halal yakni, pernyataan Kepala Bidang Perdagangan Regional Luar Negeri Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung, Dewi Mulyani menuturkan bahwa, prosesi pemberian label halal dari MUI meliputi bantuan perizinan label halal, cek nutrisi makanan, konsultasi pengemasan, hingga pemasaran melalui Little Bandung. Di daerah lain harus bayar, tapi di Kota Bandung label halal, PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), gratis karena dibiayai pemerintah bahkan dibantu untuk HaKI (Hak atas Kekayaan Intelektual) dan hak merek. Jadi butuh apa aja, datang ke Disperindag.

← → × bisnis.tempo.co/read/1219420/baru-10-persen-umkm-yang-kantungi-sertifikat-halal

HOME NASIONAL BISNIS METRO DUNIA BOLA ▾ CANTIK ▾ TEKNO OTOMOTIF ▾ FOTO VIDEO KO

Baru 10 Persen UMKM yang Kantungi Sertifikat Halal

Reporter: **Eko Wahyudi**
Editor: **Rahma Tri**

Sabtu, 29 Juni 2019 09:39 WIB

KOMENTAR

[f](#) [t](#) [w](#) [l](#) [+](#)



H18dse.pdf ^ | 19258-58698-2-PB.pdf ^

Gambar 1.7

Berita tentang Baru 10% UMKM yang Kantungi Sertifikat Halal

Sumber: Tempo.co, diakses per tanggal 20 Desember 2019

Berdasarkan Gambar 1.7, angka 10% UMKM yang kantungi serifikat halal relative sedikit, karena jumlah yang tak mengantongi sertifika halal jauh lebih banyak. Dengan mengetahui pengaruh Label Halal terhadap keputusan pembelian pada UMKM, tentu ini dapat menjadi informasi yang berguna bagi penggiat usaha di Kota Bandung khususnya UMKM Kuliner Kota Bandung, yang menjadi usaha dengan jumlah terbanyak di Kota Bandung.

Berdasarkan (Fure, 2015) menyatakan keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternative pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan konsumen dikarenakan adanya dorongan-dorongan atau motif-motif yang dirasakan sehingga menimbulkan minat atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan

Ketika pembeli dihadapkan pada alternative alternative yang ada dalam benaknya, pada kecenderungannya pembeli akan melewati beberapa proses pemikiran yakni :

1. identifikasi keadaan
2. Mencari data.
3. Pertimbangan dari data-data yang diperoleh
4. Melanjutkan/membatalkan pembelian
5. Evaluasi setelah pembelian.

Sangadji dan Sopiiah, (2014:120) mengatakan bahwa “keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif, suatu keputusan tanpa pilihan disebut “Pilihan Hobson”. (Hanum, 2017:38). Yang penulis ambil, garis besarnya bahwa, keputusan pembelian merupakan hasil yang dipilih dari beberapa alternatif yang telah ditelaah oleh konsumen. Ketika seseorang memasuki tahap c. pertimbangan dari data-data yang diperoleh variabel-variabel X tentu memengaruhi hasil yang akan diambil. Sebagai contoh dalam pembelian makanan/kuliner, berdasarkan pemaparan di atas, seorang muslim akan cenderung memilih produk makanan yang sesuai dengan syari’at islam, yakni boleh dikonsumsi (halal), maka dari itu dirasa penting bagi penjual produk makanan, untuk memiliki label halal pada produknya.

Dalam berjalannya 4 proses diatas, terdapat pula banyak variabel yang memengaruhi, berdasarkan (Antonius *et al.*, 2013: 4) yakni : sikap orang lain yakni Sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal, yaitu intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain dan situasi yang tidak terantisipasi.

Label halal dapat masuk ke semua faktor-faktor pembelian menurut Kotler tersebut, tetapi lebih condong dan kuat ke faktor budaya. Faktor budaya yang dimaksud Kotler yaitu, semisal seorang anak yang dididik oleh suatu filosofi/visi keluarga maka, anak tersebut akan terbentuk cara pandang(persepsi), seni dalam mengambil keputusan sesuai dengan karakter lingkungan keluarga tempat ia tumbuh sehingga output, kecenderungan passion, preferensi, dan prestasi dari anak tersebut cenderung sama dengan apa sudah tertanam pada dirinya(lingkungannya).

Tiap-tiap kebudayaan memiliki cabang subbudaya yang menggerucut pada *impuls* dan ekosistem khusus untuk populasinya, seperti: suku, preferensi filosofi, agama, golongan, dan ekosistem di wilayahnya. Dalam urusan agama, terdapat pakem-pakem yang tak boleh dilanggar.

Halal, menurut KBBI yakni, diizinkan (tidak dilarang oleh syarak/hukum yang bersendi ajaran islam. Dengan begitu, dapat dikatakan halal menjadi faktor pembelian produk.(penentu keinginan dan perilaku paling dasar).

Dewasa ini, banyak produk halal telah memiliki pasar yang sangat besar dan menarik, baik bagi umat muslim, maupun juga bagi umat non-muslim. Definisi halal pun telah berkembang. Produk halal kini tidak hanya harus terhindar dari babi, namun juga harus mencakup kriteria yang lebih tinggi dalam hal kebersihan dan baik untuk kesehatan. Bahkan di banyak negara yang populasinya didominasi oleh warga non-muslim. Fenomena ini diikuti dengan banyaknya produk yang menyantumkan label halal pada kemasan produknya. Banyak sekali keraguan masyarakat perihal kehalalan suatu produk terutama makanan, baik di dunia nyata maupun melalui sosial media. Dari sisi penjual pun, tentu ini menjadi sebuah peluang, bagaimana cara menghilangkan keraguan tersebut pada produknya sehingga, pangsa pasar akan memilih produknya ketimbang produk pesaing, dengan memberikan label halal dirasa sangat efektif menghilangkan keraguan-keraguan seperti fenomena yang dipaparkan.

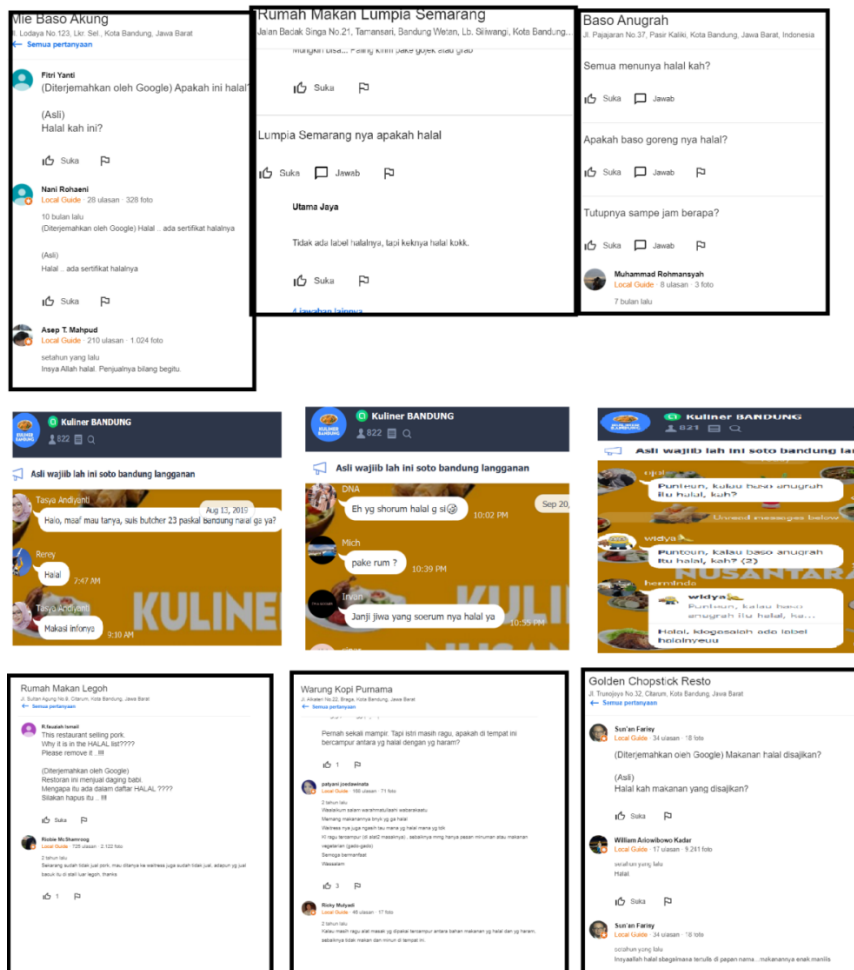
Halal Market sangat potensial untuk berkembang dan menjadi peluang bagi pelaku bisnis, terbukti tidak hanya pada UMKM saja, pada pabrik Soka, berdasarkan penelitian terhadulu yang ditelisik pada laman :

<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/143453/slug/analisisperbandingan-volume-penjualan-sebelum-dan-sesudah-mendapatkan-sertifikasi-halal.html> studi kasus pada PT.Soka Cipta Niaga Bandung, disimpulkan bahwa rata-rata volume penjualan sebelum sertifikasi halal adalah sebesar 33,03% dan setelah sertifikasi halal adalah 21,11%, tetapi hasil tersebut tidak dapat dibandingkan karena tahun realisasi penjualan setelah sertifikasi halal baru dua tahun berjalan sedangkan sebelum sertifikasi sudah empat tahun. Tetapi volume penjualan setelah sertifikasi mengalami kenaikan yang signifikan. PT. Soka Cipta Niaga menaruh label halalnya pada bagian luar (plastik) pembungkus produk kaos kakinya. Fenomena tersebut pula menjadi acuan penulis untuk mengusung judul pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen UMKM di Kota Bandung.

Juga berdasarkan hasil skripsi “ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BAKPIA DI KOTA YOGYAKARTA” oleh Dwi Adi Pranoto 2016, yang mendapatkan menyatakan Label Halal yang merupakan jaminan mutu pada produk olahan pangan nabati dan hewani yang meliputi label halal memiliki pengaruh signifikan

terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga produsen dapat mempertimbangkan pencantuman label jaminan mutu disetiap produk olahan pangan yang akan dipasarkan. Label halal merupakan regulasi dari pemerintah karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam.

Selain itu pula, terdapat fenomena-fenomena, terkait keraguan konsumen UMKM Kota Bandung perihal kehalalan produk yang dikonsumsi, mulai dari cara penyajian hingga bahan-bahan yang digunakan. Banyak pula konsumen baik langsung bertanya ke penjual, ataupun sosial media, terkait ada tidaknya label halal yang tercantum pada produk/ toko. Dari kacamata penjual pula, diharapkan dengan adanya Label Halal, bisa menambah jumlah transaksi/ produk yang terjual. Berikut beberapa capture di sosial media perihal kekhawatiran terkait kehalalan suatu produk yang tersaji dalam Gambar 1.9



Gambar 1.9
Capture Sosial Media terkait Keraguan Kehalalan Produk UMKM Kuliner Kota Bandung

Sumber: Capture Sosial Media oleh penulis per tanggal 20 Desember 2019

Indonesia memuncaki sebagai negeri dengan total muslim terbanyak ketimbang negara manapun, membuat fenomena halal berkembang pesat pula di Indonesia. Fenomena tersebut merupakan sebuah peluang bagi pelaku bisnis untuk mendapatkan sertifikasi halal sebagai keunggulan dari produk mereka, termasuk bagi usaha kecil dan menengah (UKM). Terlebih karena pemerintah telah menetapkan UU no.33 no 2014 yang mewajibkan seluruh produk yang akan terdaftar resmi, memerlukan label halal. Dibangun pada tahun 1988 di bawah komando pemerintah Indonesia untuk Majelis Ulama Indonesia, LPPOM MUI(Lembaga Penanganan Obat, Kometik Majelis Ulama Indonesia) mempunyai kewenangan penuh dalam mengeluarkan sertifikasi halal di Indonesia. Namun demikian, masih ada rumor dan isu-isu mengenai layanan LPPOM MUI. Pelamar masih mengeluh tentang tarif sertifikasi dan durasi yang dianggap terlalu mahal dan memakan waktu yang lama. Sehingga hal tersebut dirasa menjadi dilema bagi pelamar, begitulah apa yang dirasakan penulis, melalui observasi sehari-hari. Dengan mengetahui pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian, dirasa oleh penulis memungkinkan untuk menghilangkan dilemma di atas.

Berdasarkan data dan fenomena di atas, penulis yakin bahwa perlunya pengujian perihal pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen UMKM Kuliner Kota Bandung. Baik dari kacamata konsumen yang mendapat ketenangan ketika membeli suatu produk UMKM Kuliner Kota Bandung, Penjual yang mengetahui seberapa penting/ peluang menggaet *halal market*, hingga memberi inside kepada Pemerintah terkait membuat regulasi yang sesuai dengan apa yang masyarakat butuhkan.

1.3. Perumusan Masalah

Sesuai dengan konteks dan masalah telah dipaparkan, rumusan masalah yang didapat ialah:

1. Bagaimana Label Halal pada Konsumen UMKM Kuliner Kota Bandung?
2. Bagaimana Keputusan Pembelian pada Konsumen UMKM Kuliner Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen UMKM Kuliner Kota Bandung?

1.4. Tujuan Penelitian

Objektif dari penelitian ini yakni, untuk menguji dan menganalisis:

1. Label Halal pada pada UMKM Kuliner Kota Bandung.
2. Keputusan Pembelian pada UMKM Kuliner Kota Bandung.
3. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen UMKM Kuliner Kota Bandung

1.5. Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat menghasilkan kemaslahatan atau manfaat, baik dari sisi aspek akademis maupun aspek praktis.

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Besar harapan penulis agar hasil penelitian ini dapat menambah informasi dan preferensi dibidang kewirausahaan terutama perihal Label Halal yang dapat memengaruhi Keputusan Pembelian Produk UMKM. Terlebih diharapkan hasil kesimpulan yang didapat dapat dijadikan preferensi bagi penelitian-penelitian berikutnya

1.5.2 Kegunaan Praktis

Besar harapan penulis pula, kesimpulan yang dihasilkan, bisa dijadikan informasi dan bahan masukan baik dari kacamata UMKM untuk pemecahan masalah yang dihadapi oleh UMKM di Kota Bandung agar dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Juga saran untuk meningkatkan jumlah transaksi dalam menggaet *halal market*, yang salah satunya dengan cara mengetahui pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. Konsumen yang mendapat ketenangan ketika membeli suatu produk UMKM Kuliner Kota Bandung, hingga memberi inside kepada Pemerintah terkait membuat regulasi yang sesuai dengan apa yang masyarakat butuhkan.

1.6. Sistematika Penulisan Laporan Skripsi

Adapun runutan penulisannya ialah:

BAB I yang merupakan pendahuluan

Dalam bab ini penulis menjabarkan alasan alasan mengapa penulis memilih Label Halal sebagai variabel *independent*, Keputusan Pembelian sebagai variabel *dependen*, dan juga UMKM Kuliner Kota Bandung sebagai objek penelitian. Juga menjabarkan perumusan, tujuan, kegunaan dan sistematika laporan skripsi ini.

BAB II yang merupakan tinjauan pustaka

Bab ini menguraikan informasi perihal teori teori mana saja yang relevan dan sesuai untuk diuji terhadap fenomena fenomena yang telah dijabarkan di bab I, meliputi teori teori variabel *independent* dan teori teori variabel *independent*, dan korelasinya dengan fakta/data UMKM Kuliner di Kota Bandung

BAB III meliputi metode penelitian

Dalam bab ini, menjelaskan metode,teknik, dan pendekatan apa saja yang dipakai dalam mengumpulkan, juga menganalisis data guna mencari jawaban dari rumusan masalah.

BAB IV yang merupakan hasil penelitian dan penahasan

Dalam bab iv ini, menguraikan data yang diperoleh dalam penelitian, yang dianalisis dan diolah dengan kronologis dan sistematis sekaras dengan fakta yang ada, juga konsisten sesuai tujuan penelitian.

BAB V yang memuat Kesimpulan dan Saran

Berisis garis besar/intisari yang didapat dari penelitian sesuai dengan rumusan masalah. Juga dari kesimpulan yang didapat, tentu dapat mengetahui pengaruh dari Label Harga terhadap Keputusan Pembelian, diharapkan saran yang diberikan penulis sesuai dengan apa yang dibutuhkan, khususnya untuk pelaku usaha UMKM Kota Bandung, umumnya untuk pembaca, pengatur regulasi terkait UMKM, dan masyarakat umum.