

TRANSFORMASI PENGETAHUAN DAN REALITAS SOSIAL PELAKU UMK TENTANG LABEL HALAL

Jurnal Analisa Sosiologi
Oktober 2023, 12 (4): 718-739

Muhammad Yuga Purnama¹

Abstracts

This article discusses the challenges of Small Micro Enterprises (MSEs) in handling halal disruption. In the modern halal era, it is not only a matter of a stable taxonomy between what is permissible (halal) and what is not permissible (haram), but more broadly it has become a form of standardization to manage production, trade and consumption. This system can be a profitable innovation opportunity as well as a disruption for business actors, especially MSEs. The method used is a case study with interviews, observation, and documentation of the MSEs of traditional food and beverages in Sleman. The results show that MSEs experience problems with adaptation to halal certification due to existing social realities such as barriers to information, finance, infrastructure and technology. Efforts are needed to form a social reality that supports the adaptation of MSEs to halal certification such as optimizing socialization, mentoring, and other supporting facilities.

Keywords: *Disruption, Halal Certification, MSEs*

Abstrak

Artikel ini membahas tantangan Usaha Mikro Kecil (UMK) dalam menghadapi desrupsi halal. Di era modern halal bukan hanya perkara stable taxonomy antara yang boleh (halal) dan tidak boleh (haram), tetapi lebih luas menjadi sebuah bentuk standarisasi untuk mengatur produksi, perdagangan, dan konsumsi. Sistem tersebut dapat menjadi peluang inovasi yang menguntungkan juga sebagai gangguan terhadap pelaku usaha, utamanya UMK. Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap UMK makanan dan minuman tradisional di Sleman. Hasil menunjukkan bahwa bahwa UMK mengalami problem adaptasi terhadap sertifikasi halal akibat realitas sosial yang ada seperti hambatan pada informasi, keuangan, infrastruktur dan teknologi. Perlu usaha untuk membentuk realitas sosial yang mendukung adaptasi UMK terhadap sertifikasi halal seperti optimalisasi sosialisasi, pendampingan, dan sarana pendukung lainnya.

Kata Kunci: *Disrupsi, Sertifikasi Halal, UMK*

PENDAHULUAN

Artikel ini membahas tantangan Usaha Mikro Kecil (UMK) dalam menghadapi desrupsi halal. Istilah desrupsi merujuk pada konsep *disruption* yang dapat dimaknai sebagai peluang inovasi yang menguntungkan juga

¹ UIN Sunan Kalijaga

¹Correspondence email: purnama.my@gmail.com

sebagai gangguan terhadap tatanan sosial.(Christensen 1997; Fukuyama 1999; Ohoitumur 2018) Penggabungan istilah desrupsi dengan istilah halal berfokus pada sertifikasi halal, dimana halal di era modern bukan hanya persoalan norma agama tentang *stable taxonomy* antara yang boleh (*halal*) dan tidak boleh (*haram*), tetapi lebih luas menjadi sebuah bentuk standarisasi untuk membakukan produksi, perdagangan, dan konsumsi.(Fischer 2016) Sertifikasi halal menjadi proses penilaian dan akreditasi unit manufaktur/jasa yang tidak hanya berfokus pada bahan produk tetapi juga meneliti setiap aspek dari sistem produksi dan operasi terkait.(Haleem, Khan, dan Khan 2019:386) Sertifikasi halal hanya akan diberikan setelah lembaga sertifikasi memverifikasi bahwa produk tersebut tidak menggunakan bahan haram atau tidak murni. Setelah perusahaan mendapatkan sertifikat halal, dapat digunakan sebagai dasar resmi untuk menerapkan logo halal.(Salindal 2018) Standar halal didefinisikan dan diregulasi oleh agen (badan) yang memiliki otoritas mensertifikasinya.(Riaz dan Chaudry 2019:248)

Sertifikasi halal menjadi kewajiban bagi perusahaan di negara mayoritas non-muslim yang sekuler disebabkan adanya tuntutan dan permintaan dari konsumen muslim.(Bergeaud-Blackler, Lever, dan Fischer 2016a; Fischer 2011; Riaz dan Chaudry 2019) Akibatnya, banyak produsen produk makanan dan bahan makanan memberi perhatian besar pada sertifikasi halal produk mereka.(Riaz dan Chaudry 2019) Sertifikasi halal mirip dengan sertifikasi keamanan pangan lainnya seperti *Good Manufacturing Practices (GMP)*, *Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP)*, dan *International Organization for Standardization (ISO) 9000*, dengan fokus tambahan pada syariah.(Khan, Khan, dan Haleem 2019:156). Perusahaan manufaktur makanan besar telah terbiasa bekerja selama bertahun-tahun dengan skema sertifikasi yang berbeda seperti GMP, HACCP, dan ISO 9000; berdasarkan pengalaman dengan jenis sertifikasi tersebut, sertifikasi halal dapat ditangani dengan cara yang sama.(Riaz dan Chaudry 2019)

Sertifikasi halal tidak menjadi pengahalang justru menjadi peluang karena tidak hanya berfungsi sebagai dasar pemilihan produk kepada konsumen muslim tetapi juga telah menjadi alat perdagangan, produk berlogo sertifikasi halal lebih mudah diterima oleh konsumen baik muslim maupun

nonmuslim serta memiliki nilai komersial tambahan.(Salindal 2018) Halal menjadi salah satu bentuk strategi diferensiasi produk dimana produk/jasa yang ditawarkan berbeda dengan produk pesaing lainnya, selain itu, logo halal muncul sebagai simbol untuk jaminan kualitas dan pilihan gaya hidup yang dapat berlaku secara global.(Haleem dkk. 2019:387) Sertifikat halal telah diakui sebagai strategi pemasaran yang efektif dan signifikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, meningkatkan citra dan reputasi organisasi dan meningkatkan margin keuntungan perusahaan. Sertifikasi halal juga meningkatkan kepercayaan konsumen dalam keputusan pembelian.(Salindal 2018:591) Beberapa perusahaan multinasional seperti Tesco, McDonald's, dan Nestlé telah menangkap peluang ini dengan mensertifikasi produk mereka.(Shirazi 2016)

Disrupsi halal melalui sistem sertifikasi tidak hanya dialami perusahaan besar, namun juga perusahaan kecil (*Micro, Small, and Medium Enterprises/MSMEs*), dinegara mayoritas muslim seperti Indonesia, seluruh pelaku usaha, baik Usaha Mikro Kecil (UMK) maupun Usaha Menengah Besar (UMB) wajib mensertifikasi produk mereka yang beredar di wilayah Indonesia.(Faridah 2019; Indonesia 2014) Kewajiban sertifikasi halal dapat menjadi peluang juga gangguan bagi UMK, jika tekanan eksternal (kewajiban sertifikasi halal) dapat diubah menjadi motivasi internal (pelaku UMK) akan berpengaruh pada penerapan standar halal di UMK yang berpengaruh pada kinerja operasional, kinerja pasar, dan kinerja keuangan UMK.(Giyanti dkk. 2021) UKM bersertifikat halal memiliki kinerja yang lebih baik di semua ukuran kinerja, termasuk kapasitas produksi, kualitas produk, penjualan, laba bersih, jumlah konsumen, dan lain-lain.(Giyanti dan Indriastiningsih 2019)

Kesadaran UMK tentang pentingnya sertifikasi Halal dan logo Halal didorong dengan dukungan yang proaktif dan lebih agresif dari pemerintah diantaranya: peningkatan kapasitas, bantuan keuangan, pengembangan pasar, fasilitasi ekspor, pengembangan merek, pelatihan keterampilan dan kewirausahaan serta menyediakan infrastruktur yang diperlukan, kelembagaan dan dukungan peraturan untuk UKM.(Hasan, Sulong, dan Tanakinjal 2020) Namun, proses aplikasi yang ketat dan rumit menjadi penghalang untuk mengajukan sertifikasi Halal.(Hasan dkk. 2020) Hasyim menyatakan bahwa UKM yang lebih kecil seperti pedagang kaki lima masih

tidak begitu senang dan tidak siap untuk mematuhi peraturan yang mewajibkan pelaku usaha memiliki sertifikat halal, mereka melihat sertifikat halal sebagai komplikasi bagi mereka sementara tidak benar-benar menambahkan nilai baru untuk bisnis mereka.(Hasyim 2019)

Secara umum tindakan manusia menurut Mannheim, dibentuk oleh dua dimensi perilaku, yaitu: perilaku (*behaviour*) dan makna (*meaning*). Oleh sebab itu, memahami tindakan sosial tidak cukup hanya mengkaji perilaku eksternal, namun juga harus mengetahui makna perilaku tersebut.(Rahmanto 2020) Sosiologi pengetahuan memahami realitas manusia sebagai realitas yang dibangun secara sosial.(Berger dan Luckmann t.t.) Berger dan Luckmann menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman, kenyataan, dan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai suatu kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung pada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik. Tujuan pokok sosiologi adalah menjelaskan adanya dialektika antara diri manusia dengan dunia sosio-kulturnya. Inilah sifat dasar hidup bermasyarakat yang dialektis, bahwa masyarakat adalah produk manusia dan manusia adalah produk masyarakat.(Mizan 2016)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada pelaku usaha UMK makanan dan minuman tradisional di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Data primer dikumpulkan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap 32 pelaku UMK makanan dan minuman tradisional yang berdomisili dan beroperasi di daerah pojok kabupaten Sleman yaitu Kecamatan Moyudan dan Turi. Penentuan sampel penelitian menggunakan *purposive sampling* dimana orang atau peristiwa dipilih dengan sengaja untuk memberikan informasi penting berdasarkan pertimbangan tertentu.(Firmansyah dan Dede 2022; Garaika dan Darmanah 2019) Sementara data sekunder didapatkan dari berbagai literatur baik artikel jurnal, buku, internet, dan lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Problem Regulasi dan Infrastruktur Halal pada Pelaku UMK

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha makanan dan minuman tradisional di Sleman banyak pengusaha yang tergabung dalam grub dan komunitas ada beberapa pengusaha yang ingin melakukan sertifikasi halal produk mereka. Mereka bahkan mencari kontak pelayanan sertifikasi halal pemerintah sejak tahun 2016 namun tidak mereka hanya dimasukkan dalam grup whats apps dan tidak ada tindak lanjutnya. Sementara banyak juga yang tidak mau melakukan sertifikasi halal dikarenakan terkendala prosesnya yang rumit dan biaya yang mahal. Merujuk pada lampiran SK Nomor : SK02/Dir/LPPOM MUI/1/13 biaya sertifikasi Halal Industri Kecil dibagi menjadi dua golongan: bagi pengusaha daging dan olahan yang berlokasi di dalam kota dikenai biaya Rp. 2.800.000,-, jika lokasi di luar kota dikenai biaya Rp. 3.400.000,-, dan jika di luar pulau dikenai biaya Rp. 3.700.000,-. Sementara untuk pengusaha non daging yang lokasinya di dalam kota biaya yang harus dikeluarkan sebesar Rp. 2.500.000,-, jika lokasinya di luar kota biayanya sebesar Rp. 3.100.000,-, dan jika di luar pulau makan biayanya Rp. 3.400.000,-.

Biaya sertifikasi untuk UMK baru direvisi pada tahun 2021 dengan kebijakan afirmasi terhadap melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja), dimana pelaku UMK yang memenuhi persyaratan dapat melakukan permohonan sertifikasi halal berdasarkan pernyataan mandiri (*Self Declare*). Pembiayaan sertifikasi halal UMK berdasarkan peraturan turunannya dapat difasilitasi pihak lain seperti pemerintah pusat melalui anggaran pendapatan dan belanja negara (APBN), pemerintah daerah melalui anggaran pendapatan dan belanja daerah (APBD), perusahaan, lembaga sosial, lembaga keagamaan, asosiasi, atau komunitas. Hal tersebut wajar dilakukan karena kontribusi UMK cukup tinggi bagi pembangunan ekonomi baik bagi negara maju atau negara berkembang.(Pandya 2012)

Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (Kepkaban) Nomor 141 Tahun 2021 tentang Penetapan Tarif Layanan Badan Layanann Umum Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal dimana

UMK yang memenuhi syarat dapat melakukan permohonan sertifikasi halal *Self Declare* tidak dikenai biaya (gratis), sementara UMK yang tidak memenuhi syarat *Self Declare* masuk dalam permohonan sertifikasi halal reguler dengan biaya Rp 300.000,- dengan komponen tarif layanan permohonan sertifikat halal yang terdiri dari biaya pendaftaran, pemeriksaan kelengkapan dokumen, sidang fatwa halal MUI, dan Penerbitan sertifikat halal. Keputusan tersebut merupakan pembiayaan sertifikasi halal bagi UMK yang difasilitasi pemerintah melalui APBN yang didukung dengan mengeluarkan Program Sertifikasi Halal Gratis (Sehati) mulai tahun 2021 dengan target 15.000 sertifikat halal gratis bagi UMK. (Kemenag, 2021) Pada tahun 2022 kuota 'Sehati' ditingkatkan oleh BPJH menjadi 25.000 sertifikat gratis di tahap satu, dan 300.000 sertifikat halal gratis di tahap dua.

Tidak semua UMK mendapatkan fasilitas program sertifikasi halal gratis seperti yang dijanjikan UU Cipta Kerja. Hanya UMK yang memenuhi persyaratan yang dapat melakukan *Self Declare*. Menurut Keputusan 77 tahun 2021 hanya UMK yang memiliki produk tidak berisiko atau menggunakan bahan yang sudah dipastikan kehalalannya, serta memiliki proses produksi dipastikan kehalalannya dan sederhana. UMK yang tidak memenuhi kriteria tersebut masuk pada permohonan reguler dan harus memenuhi beberapa syarat khusus yaitu: Memiliki Surat Izin Edar atau surat izin lainnya atas produk dari dinas/instansi terkait; memiliki outlet dan fasilitas produksi paling banyak 1 (satu); bersedia memberikan foto/video terbaru saat proses produksi; bersedia membiayai pengujian kehalalan produk di laboratorium secara mandiri (jika diperlukan untuk mendukung proses pemeriksaan oleh LPH).

Kebijakan lanjutan dari sertifikasi halal gratis diperlukan karena tidak hanya promosi yang disubsidi secara finansial tetapi strategis implementasi menjadi sangat penting untuk pembangunan sektor UMK yang berkelanjutan. Implementasi strategis memperhatikan aspek keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, penelitian dan pengembangan, teknologi dan tata kelola perusahaan di sektor UMK. (Pandya 2012) Secara umum, regulator Indonesia telah berfokus pada dukungan keuangan melalui kebijakan kredit dan insentif pajak. UMK Indonesia telah berdiri pada kesiapan organisasi dan kesiapan untuk perubahan, berdasarkan jaringan sosial dan kognisi sosial mereka.

Badan pengawas dan lembaga keuangan Indonesia harus mempertimbangkan kognisi sosial UKM dan kesiapan organisasi untuk berubah. (Panjaitan dkk. 2020)

Tantangan lain yang dihadapi pelaku UMK dalam sertifikasi halal adalah kesulitan mendapat fasilitas infrastruktur. BPJPH dalam rencana startegisnya tahun 2020-2024 mengakui bahwa Penyelenggaraan JPH tidak akan berjalan dengan baik apabila Lembaga Pemerika Halal (LPH) dan Auditor halal belum tersedia, serta kerjasama BPJPH dengan MUI dan LPH belum terjalin secara optimal. Namun kenyataannya pada tahun 2021 hanya ada 3 LPH yang terakreditasi yaitu LP POM MUI, LPH Sucofindo, dan LPH Surveyor. Sementara Mei 2022 bertambah 8 LPH baru yang terakreditasi dengan sebaran lima di Jawa dan hanya tiga LPH di luar Jawa. LPH yang berada di Jawa yaitu: LPH Hidayatullah (DKI Jakarta), LPH Kajian Halalan Thayyiban Muhammadiyah (DKI Jakarta), LPH Balai Sertifikasi Direktorat Standardisasi dan Pengendalian Mutu Kementerian Perdagangan (DKI Jakarta), LPH Yayasan Pembina Masjid Salman ITB (Jawa Barat) dan LPH Universitas Brawijaya (Jawa Timur). Lokasi LPH yang tersedia kebanyakan berada di kota sementara UMK yang berada di desa sulit untuk menjangkaunya. Berdasarkan hasil wawancara, pelaku usaha belum pernah mendapat informasi tentang keberadaan LPH. Hingga Oktober, jumlah ini kembali bertambah 17, jadi total saat ini baru ada 28 LPH yang terakreditasi dan siap beroperasi.

Selain infrastruktur LPH, infrastruktur teknologi juga menjadi kendala bagi pelaku UMK dalam adopsi dan penggunaan teknologi. Pelaku UMK yang berusia lanjut usia dan kurang memiliki literasi digital dan teknologi banyak mengalami kesulitan mulai dari perizinan usaha, pendaftaran sertifikasi, apa lagi tahap sertifikasi selanjutnya. Pelaku UMK yang berada di desa masih terkendala dalam adopsi teknologi. Kendala infrastruktur mempengaruhi adopsi teknologi karena teknologi membutuhkan kesiapan infrastruktur pendukung. Adopsi teknologi informasi di Indonesia sangat lambat. Penjelasaannya karena infrastrukturnya masih berjalan lambat dan belum menjangkau semua wilayah secara merata. (Irfayanti dan Azis 2012) Dilihat perkembangan Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IPTIK) menunjukkan bahwa

Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, tetapi belum sebesar pemanfaatan yang dilakukan oleh negara ASEAN lainnya, Indonesia berada pada kondisi masih berada di posisi ke tujuh dari sepuluh negara ASEAN, namun diatas Timor Leste, Kamboja dan Myanmar.(Wardhana, Kharisma, dan Lisdiyanti 2020)

Kendala infrastruktur LPH dan Teknologi terbantu dengan kebijakan pendampingan sertifikasi halal bagi UMK. Pada tanggal 14 September 2021 pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 20 tahun 2021 tentang sertifikasi halal bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Salah satu bagian penting dari kebijakan tersebut bahwa ada pendampingan Proses Produk Halal (PPH). Pendampingan dilakukan oleh organisasi kemasyarakatan Islam atau lembaga keagamaan Islam yang berbadan hukum dan/atau perguruan tinggi. Pendampingan PPH juga dapat dilakukan oleh instansi pemerintah atau badan usaha sepanjang bermitra dengan organisasi kemasyarakatan Islam atau lembaga keagamaan Islam yang berbadan hukum dan/atau perguruan tinggi. Dalam melakukan Pendampingan PPH, organisasi kemasyarakatan Islam atau lembaga keagamaan Islam yang berbadan hukum dan/atau perguruan tinggi menunjuk pendamping PPH.

Namun, fakta di lapangan menunjukkan bahwa ketersediaan pendamping PPH belum mampu menyelesaikan permasalahan UMK. Jumlah pendamping PPH sampai bulan Januari 2023 sebanyak 22.854 orang yang tersebar ke 34 provinsi dan 349 kabupaten. Sementara, berdasarkan hasil sensus Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa jumlah UMK di Indonesia sebanyak 26.073.689 usaha dan jumlah Usaha Menengah Besar (UMB) sebanyak 348.567 usaha. Dengan ketersediaan pendamping halal sejumlah itu satu orang pendamping PPH harus mendampingi lebih dari seribu UMK. Meskipun lembaga pendamping dari organisasi kemasyarakatan Islam atau lembaga keagamaan Islam yang berbadan hukum dan/atau perguruan tinggi terus menggalakkan sertifikasi pendamping PPH, jumlah umk baru juga bertambah mengingat banyak UMK yang belum terdata belum lagi UMK baru yang muncul ditambah UMK yang telah berakhir masa berlaku sertifikat halalnya.

Ruang lingkup pendamping PPH hanya sebatas pendampingan dan audit (verifikasi dan validasi) UMK yang memenuhi kriteria *self declare*.

Sementara dilapangan banyak UMK yang tidak memenuhi kriteria memiliki produk tidak berisiko atau menggunakan bahan yang sudah dipastikan kehalalannya, serta memiliki proses produksi dipastikan kehalalannya dan sederhana. Jenis-jenis UMK yang bisa dilakukan pendampingan diatur dalam Keputusan Kepala Badan Jaminan Produk Halal Nomor 33 Tahun 2022 tentang Petunjuk Teknis Pendamping Proses Produk Halal Dalam Penentuan Kewajiban Bersertifikat Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil Yang Didasarkan Atas Pernyataan Pelaku Usaha. Banyak UMK yang tidak masuk dalam kriteria dan jenis-jenis yang ditentukan misalkan pengusah warung makan, pengusaha sir mineral isi ulang, sate ayam/kambing, dll. Otomatis banyak UMK yang masuk kategori permohonan sertifikasi halal regular, sementara LPH yang bertugas mengaudit masih sangat sedikit. Ada beberapa pelajaran yang bisa dipetik dari sektor UKM negara maju, bahwa sektor UKM di negara maju tidak hanya mengandalkan pada ketersediaan kredit atau inovasi teknologi. Mereka telah menerapkan semua kemungkinan strategi pengembangan UKM. Oleh karena itu perlu waktu yang tidak instan bagi pembuat kebijakan berkembang untuk fokus pada aspek sebanyak mungkin yang membantu sektor UKM menjadi usaha yang berkontribusi lebih tinggi bagi ekonomi negara.(Pandya 2012)

Pembahasan

Realitas Politik Halal di Indonesia

Sertifikat halal dalam konteks Indonesia adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).(Indonesia 2014) Latar belakang dan tujuan awal sertifikasi halal di Indonesia adalah perlindungan terhadap konsumen muslim Indonesia. Setidaknya ada tujuh belas (17) peraturan yang dapat dijadikan dasar hukum terkait sertifikasi halal yang bertujuan untuk melindungi konsumen muslim. (Charity 2018:104) Diantara peraturan itu adalah Instruksi Presiden (Inpres) Tahun 1991 tentang Peningkatan Pembinaan dan Pengawasan Produksi dan Peredaran Makanan Olahan, Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Undang-Undang

Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, dll.

Sebelum Indonesia menerapkan kebijakan sertifikasi halal, Indonesia lebih dahulu menerapkan sertifikasi haram. Tahun 1976 Kementerian Kesehatan membuat kebijakan bahwa produsen makanan yang menggunakan babi maupun turunannya harus mencantumkan tanda peringatan pada wadah atau bungkus baik dicetak maupun direkatkan pada kemasan yang memuat dua unsur yaitu adanya gambar babi serta tulisan “MENGANDUNG BABI” yang diberi warna merah dan berada di dalam kotak persegi merah.(Faridah 2019:70) Kebijakan sertifikasi atau labelisasi halal di Indonesia pertama kali dikeluarkan oleh pemerintah pada tahun 1985 malui Surat Keputusan Bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama yang menyatakan bahwa produsen boleh mencantumkan label halal pada kemasan setelah melaporkan komposisi bahan dan cara pengolahan produk kepada Departemen Kesehatan (Depkes). Sementara pengawasan dilakukan Bersama oleh Departemen Kesehatan dan Departemen Agama melalui Penilaian Pendaftaran Makanan Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan Depkes.(Faridah 2019:70)

Tuntutan akan sertifikasi halal di Indonesia semakin menguat dengan munculnya isu-isu di masyarakat akibat tersebarnya hasil penelitian Tri Sutrisno dari Universitas Brawijaya tahun 1988 yang mengungkapkan fakta bahwa beberapa produk makanan yang beredar di masyarakat mengandung DNA babi. Hal tersebut memicu meningkatnya kesadaran masyarakat dan pemerintah akan pentingnya suatu lembaga yang memiliki kewenangan untuk memeriksa dan memberikan sertifikasi halal secara formal dan berkesinambungan.(Akim dkk. 2019:118) Pada tahun 1989, Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) yang memiliki tugas utama untuk mengadakan pemeriksaan terhadap produk yang beredar dan melakukan sertifikasi halal. Meskipun dalam implementasinya, MUI baru bisa mengeluarkan sertifikat halal pada tahun 1994.(Faridah 2019:71) Kontribusi dan hasil kerja MUI dalam sertifikasi halal mulai dilirik oleh

pemerintah sehingga membuat Piagam Kerjasama antara Departemen Agama, Departemen Kesehatan, dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 21 Juni 1996 tentang Pencantuman Logo Halal Pada Makanan. Sebelum perusahaan menuliskan label halal pada produknya, terlebih dahulu harus melalui persetujuan Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan (Dirjen POM) berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Komisi Fatwa MUI.(Faridah 2019:71)

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) menjadi titik penting dalam kebijakan sertifikasi halal di Indonesia dengan merubah kebijakan sertifikasi halal yang sebelumnya bersifat sukarela (*voluntary*) menjadi wajib (*mandatory*). Semua produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Ruang lingkup produk di sini adalah semua barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat.(Faidah 2017:474) UU JPH disahkan pada tanggal 17 Oktober 2014 dan akan berlaku efektif lima tahun kedepan yaitu 17 oktober 2019 namun faktanya UU JPH masih banyak produk yang belum tersertifikasi halal karena belum ada kebijakan yang jelas dan fasilitas yang memadai. Hal tersebut menunjukkan belum ada perhatian lebih dari pemerintah dalam sertifikasi halal sebagai jaminan keamanan pangan bagi muslim di Indonesia.

Perhatian pemerintah terhadap sertifikasi halal berubah ketika melihat potensi ekonomi yang besar. Berdasarkan data *Global Islamic Economy Report 2020/2021* menunjukkan bahwa pengeluaran konsumen muslim untuk makanan dan minuman halal, farmasi dan kosmetik halal, serta pariwisata ramah muslim dan gaya hidup halal pada tahun 2019 mencapai nilai US\$ 2,02 triliun. Konsumsi produk halal Indonesia pada tahun 2019 mencapai US\$144 miliar yang menjadikan Indonesia sebagai konsumen terbesar di sektor ini. Sektor pariwisata ramah muslim menjadikan Indonesia menduduki posisi ke-6 dunia dengan nilai US\$ 11,2 miliar. Di sektor busana muslim, Indonesia merupakan konsumen ke-3 dunia dengan total konsumsi 16 miliar US Dolar. Sektor farmasi dan kosmetika halal Indonesia menempati peringkat ke-6 dan ke-2 dengan total pengeluaran masing-masing US\$5,4 miliar dan US\$4

miliar. Disamping itu, kontribusi industri halal terhadap perekonomian nasional juga meningkat dilihat dari meningkatnya pangsa pasar sektor halal terhadap PDB pada 2016 sebesar 24,3% menjadi 24,86% di tahun 2020. Atas dasar itu, pemerintah mulai melakukan upaya-upaya untuk memperbanyak, memperluas, dan mempercepat sertifikasi halal di Indonesia.

Jaminan produk halal masuk dalam omnibus law cipta kerja sebagai upaya mempercepat dan mempermudah proses sertifikasi halal. Jaminan produk halal masuk dalam UU No 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja pasal 48 menerangkan bahwa ada beberapa pasal dalam UU JPH yang dirubah. Beberapa perubahan dalam jaminan produk halal diantaranya kewajiban sertifikasi halal pelaku umk didasarkan atas pernyataan pelaku umk (*self declare*), permohonan sertifikasi halal oleh umk tidak dikenai biaya (*gratis*), jangka waktu verifikasi permohonan sertifikat halal dalam waktu paling lama satu hari kerja, Penetapan LPH dipangkas dari 5 hari kerja pada UU JPH menjadi 1 hari kerja, Pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan produk dilakukan auditor halal, paling lama 15 hari kerja, Penetapan kehalalan Produk dilakukan oleh MUI dan dapat dilakukan oleh Ormas Islam yang berbadan hukum, dll.

Pemerintah juga mulai membuat target sertifikasi halal serta kebijakan pendukung untuk mencapai target tersebut. BPJPH membuat rencana strategis tahun 2020-2024 dengan sasaran program yaitu peningkatan kuantitas produk yang teregistrasi dan tersertifikasi halal, peningkatan kualitas pelayanan registrasi dan sertifikasi halal, peningkatan tata Kelola organisasi BPJPH yang efektif dan akuntabel, pembinaan dan pengawasan jaminan produk halal, serta kualitas dan standarisasi halal. Pemerintah juga membuat PP nomor 33 tahun 2021 tentang Penerapan yang salah satu isinya menjelaskan bahwa kewajiban sertifikasi halal dilakukan secara bertahap. Tanggal Oktober 2019 sampai 17 Oktober 2024: produk makanan, minuman, hasil sembelihan, dan jasa penyembelihan. Sementara tahap selanjutnya dari tanggal 17 Oktober 2021 sampai 17 Oktober 2026: obat tradisional, obat kuasi, dan suplemen Kesehatan; kosmetik, produk kimiawi, dan produk rekayasa genetik ; barang gunaan yang dipakai kategori sandang, penutup kepala, dan aksesoris; barang gunaan yang digunakan kategori perbekalan

kesehatan rumah tangga, peralatan rumah tangga, perlengkapan peribadatan bagi umat Islam, alat tulis, dan perlengkapan kantor.

Orientasi pemerintah dalam jaminan produk halal berubah dari tujuan perlindungan terhadap konsumen muslim agar mendapat produk halal menjadi pengembangan bisnis dan ekonomi kapital. Terlihat pada penjelasan UU JPH tujuan pemerintah adalah menjamin setiap pemeluk agama beribadah dan menjalankan ajaran agamanya, negara berkewajiban memberi perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat. Sejalan dengan tujuan itu penjelasan PP 31 tahun 2019 yang berorientasi pada tujuan memberi pelayanan publik dalam menyelenggarakan jaminan produk halal dengan membuat standarisasi, mekanisme, dan kerjasama dengan pihak-pihak terkait. Orientasi pemerintah berubah ketika mengeluarkan UU No 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja yang memfokuskan pada sisi ekonomi baik global maupun nasional. Dijelaskan pula bahwa salah satu tujuan pemerintah adalah menaikkan pendapatan perkapita dari Rp 4,6 Juta per bulan pada tahun 2020 menjadi Rp 27 juta perbulan pada tahun 2045 dengan produk domestik bruto sebesar \$ 7 triliun dolar Amerika Serikat. Sertifikasi halal dalam hal ini menjadi jalan mencapai keuntungan bisnis kapital dan teralienasi dari esensinya yaitu jaminan perlindungan terhadap konsumen muslim Indonesia.

Problem Adaptasi terhadap Sertifikasi Halal pada Pelaku UMK

Banyak pelaku UMK yang ingin mensertifikasi produk mereka, baik karena motif inisiatif diri sendiri maupun didorong program pemerintah dalam akselerasi sertifikasi halal. Hal yang pasti bahwa UMK mendapat tekanan dari pemerintah melalui peraturan perundang-undangan yang mewajibkan semua produk yang beredar di wilayah Indonesia bersertifikat halal, utamanya produk dan jasa makanan dan minuman jika belum bersertifikat halal pada tahun 2024 maka akan dikenai sanksi. Fakta dilapangan menunjukkan bahwa pelaku UMK masih mengalami banyak kesulitan dalam sertifikasi halal. Komplikasi problem yang dihadapi UMK dalam sertifikasi halal berkaitan erat dengan kebijakan, layanan, dan politik hukum pemerintah.

Badan Penelitian dan Pengembangan dan Pendidikan dan Pelatihan Kementerian Agama Tahun 2016 melaporkan penelitiannya terhadap Sikap Pelaku Usaha Kecil terhadap UU No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) menunjukkan bahwa tingkat afeksi (sikap setuju) pelaku usaha kecil terhadap UU JPH sebesar 72,66 %, sementara indeks konasi (kemauan) untuk melaksanakan UU JPH sebesar 67,06%, dan indeks kognisi (pengetahuan) sebesar 31,81 %. Kemanag mengakui bahwa Tingginya tingkat afeksi menjelaskan bahwa masyarakat di daerah yang menjadi objek penelitian menginginkan sertifikasi halal untuk produk mereka. Sementara rendahnya indeks konasi disebabkan sertifikasi halal dianggap beban pengusaha karena merupakan kewajiban keagamaan yang belum berkorelasi dengan keuntungan bisnis. Disamping itu, rendahnya indeks kognisi disebabkan masih sedikit pelaku usaha kecil yang mengikuti sosialisasi UU JPH yang dilakukan Pemerintah. Hal ini juga tidak terlepas dari rendahnya anggaran sosialisasi sehingga baru dilakukan oleh pemerintah pusat.

Problem adaptasi terhadap sertifikasi halal yang dialami pelaku UMK dapat dianalisis secara sosiologi. Cara berfikir dan pemahaman yang mempengaruhi tindakan individu menurut Karl Mannheim, tidak dapat dipahami dengan baik selama asal-usul sosial yang melatarbelakanginya dikaburkan atau tidak dipahami. Sehingga tidak benar untuk menjelaskan totalitas pandangan hanya dengan mengacu pada pikiran individu saja. Individu tidak berbicara dengan bahasanya sendiri melainkan bahasa orang-orang yang sezaman dan para pendahulunya yang telah membukakan jalan untuknya, dia berbicara dengan bahasa kelompoknya, dia berfikir dengan cara kelompoknya berfikir, dia hanya menemukan kata-kata tertentu dan artinya. (Mannheim 1979) Sosiologi pengetahuan memahami realitas manusia sebagai realitas yang dibangun secara sosial. (Berger dan Luckmann t.t.)

Sebelum adanya kewajiban sertifikasi halal, UKM Indonesia telah menghadapi banyak kendala terutama dalam hal keuangan dan permasalahan manajemen usaha yang sebagian besar memiliki kendala biaya bagi UKM yang berlokasi di kota besar, di mana mereka menghadapi persaingan yang lebih keras tanpa akses ke pinjaman bank atau lembaga pembiayaan pemerintah. Mereka harus mencari pembiayaan sendiri melalui pinjaman,

usaha informal dan menghadapi masalah lain seperti tingginya tingkat pengembalian yang diminta oleh lembaga pemberi pinjaman informal. Kendala lainnya adalah kesulitan yang dihadapi dalam memperolehnya bahan baku; biaya produksi tinggi; kesulitan transportasi dan distribusi; biaya energi atau bahan bakar, juga sebagai biaya tenaga kerja.(Tambunan 2009) Pemerintah masih kurang memperhatikan kendala yang dihadapi UKM seperti kebijakan yang kurang mendukung dan regulasi, infrastruktur yang tidak memadai, harga BBM yang tinggi. Selain itu, UKM Indonesia menghadapi persaingan yang kuat, karena terbukanya pasar di dalam negeri dari perjanjian kawasan perdagangan bebas yang menjadi ancaman bagi UKM dengan begitu banyak layanan terkenal di pasar lokal.(Irijayanti dan Azis 2012)

Tantangan baru kewajiban sertifikasi halal merupakan infiltrasi dari tantangan pasar halal global dimana sebelum globalisasi perdagangan halal, “makanan halal” tidak dikenal di negara Muslim. Makanan terlarang (haram) di negara muslim memiliki regulasi sendiri, anggur yang dikonsumsi oleh orang Yahudi dan daging babi yang dimakan oleh orang Kristen dibedakan dengan baik dengan sistem pasokan tertentu. Non Muslim yang menjadi minoritas diberi kebebasan untuk memberi nama, memproduksi, mengatur, dan memisahkan makanan mereka sendiri. Muslim mayoritas tidak diharuskan untuk mengidentifikasi makanannya sendiri.(Bergeaud-Blackler, Lever, dan Fischer 2016b:94) Asal keberadaan “pasar halal” berkaitan erat dengan adanya permintaan untuk “kualitas halal”. Tuntutan ini hanya bisa ada dalam konteks di mana kualitas seperti itu tidak jelas, yaitu di luar dunia/negara Muslim. Istilah “Halal” pertama kali diformalkan pada 1980-an ketika negara muslim mensyaratkan produk impor dari negara non-Muslim sesuai dengan persyaratan syariah yang telah mereka buat.(Bergeaud-Blackler dkk. 2016b:105)

Sertifikasi halal mirip dengan sertifikasi keamanan pangan lainnya seperti *Good Manufacturing Practices* (GMP), *Hazard Analysis and Critical Control Points* (HACCP), dan *International Organization for Standardization* (ISO) 9000, dengan fokus tambahan pada syariah.(Khan dkk. 2019:156). UKM tidak terbiasa dengan sertifikasi seperti ini, karena mereka kekurangan sumber daya untuk berinvestasi dalam kegiatan penelitian dan

pengembangan, mereka mengalami kesulitan mengelola solusi komputer yang kompleks, dan mereka kekurangan ahli yang tidak dikhususkan hanya untuk proses produksi.(Moeuf dkk. 2018)

Pada aspek produksi komoditas, UMK memiliki beberapa karakteristik cara kerja, diantaranya: bahan baku kurang berstandar karena dari berbagai sumber yang berbeda, kualitas produk belum standar karena belum memiliki kemampuan teknologi yang memadai, mayoritas UMK bekerja berdasarkan pesanan sehingga desain dan jenis produk terbatas, dan proses produksi belum teratur sehingga kapasitas dan kontinuitas produk tidak terjamin.(Mukson, Hamidah, dan Prabuwono 2021) Pola kebiasaan tersebut telah tersimpan dan tersedia sebagai kenyataan sekaligus pengetahuan yang membimbing perilaku sehari-hari.(Munawaroh 2022) Pada tataran tertentu kenyataan dan pengetahuan tersebut dapat menjadi *worldview* atau ideologi yang diterima secara luas di antara anggota kelompok, terhubung secara sistematis, dan sangat mempengaruhi perilaku manusia.(Hamka 2020) Luckmann proses tersebut melalui tiga momen: *pertama*, proses eksternalisasi dimana individu yang melihat kenyataan sosial atau realitas sosial kemudian memahaminya sesuai dengan pemahaman subyektif dirinya yang dipengaruhi oleh cadangan pengetahuan yang ia miliki; *kedua*, proses objektivasi yaitu ketika individu memahami realitas sosial maka realitas sosial tersebut lepas dari individunya atau di luar individu sehingga menjadi kenyataan sosial tersendiri; *ketiga*, proses internalisasi yang dimaknai sebagai proses saat individu memaknai objektivasi yang telah ada diluar dirinya, proses ini dapat melalui cara sosialisasi.(Munawaroh 2022)

Proses sertifikasi khususnya sertifikasi halal sebagai realitas baru bagi pelaku UMK tidak hanya mempersiapkan tata kelola (manajemen) produksi, namun juga persiapan administrasi dan pemanfaatan teknologi. Seluruh proses sertifikasi halal, mulai dari pendaftaran, verifikasi dan validasi data, hingga penerbitan sertifikat halal; melalui satu pintu di laman <https://ptsp.halal.go.id>. Proses tersebut membutuhkan pemberkasan administrasi seperti surat permohonan, surat keputusan penyelia halal, izin berusaha, manual Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH); semua berkas dalam format digital serta dan ditransmisikan secara digital. Sistem sertifikasi halal tersebut sebagai disruptor halal yang diiringi disruptor teknologi (*Disruptive*

technology) di dalamnya. *Disruptive technology* (teknologi yang mengganggu) mengacu pada pilihan dan atau, adopsi teknologi atau up-to-date teknologi yang secara signifikan mengubah cara bisnis beroperasi. *Disruptive technology* memaksa perusahaan untuk mengubah cara mereka mendekati bisnis mereka atau berisiko kehilangan pangsa pasar atau risiko usaha mereka menjadi tidak relevan. (Christensen 1997)

Disruptive technology adalah faktor pengaruh yang efektif untuk kinerja perusahaan, dampak signifikan terhadap kinerja perusahaan dapat dicapai dengan merangkul dan mengelola *Disruptive technology* sehingga UKM dapat menghasilkan produk dan layanan yang berkualitas, proses yang lebih sederhana dan murah, pemasaran kreatif dengan jangkauan lebih luas, dan inovasi organisasi yang keterampilan untuk melayani pelanggan dengan lebih baik. (Singh dan Hanafi 2019) Sebagai manajer dan pemilik usaha, pelaku UMK dihadapkan tantangan kepemimpinan di era disrupsi tersebut. UMK harus dipimpin oleh pemilik-manajer yang transformasional mampu membangun perusahaan dengan fundamental yang baik dalam kapabilitas dan keterampilan yang kokoh untuk mengarungi era globalisasi saat ini. Ini berarti UKM membutuhkan kemampuan kepemimpinan yang kuat dan kompetensi inti dalam kewirausahaan, teknis, dan inovasi untuk mencapai lintasan pertumbuhan yang stabil dan ubah tantangan menjadi peluang untuk menang di hari ini yang sangat kompetitif lingkungan bisnis. (Ng dan Kee 2017)

Keberhasilan dan kegagalan UKM tidak hanya bergantung pada aspek finansial tetapi juga terkait dengan fitur strategis lainnya, UKM cenderung berfokus pada bagaimana untuk memanfaatkan sumber daya internal yang ada secara efektif. Apalagi dengan keterbatasannya ukuran dan jumlah karyawan yang lebih sedikit, kinerja UKM bahkan secara langsung didorong oleh kepemimpinan. Oleh karena itu kepemimpinan adalah salah satu sumber daya internal utama yang perlu khawatir. Sebagai pemilik-manajer UKM memegang kendali atas kepemilikan dan manajemen, mereka memberikan kepemimpinan, menetapkan arah, dan merumuskan strategi. (Ng dan Kee 2017) Pelaku UMK harus memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang atau ketidakcocokan di pasar, sehingga fokus pada celah yang ada, dan memiliki kemampuan untuk mengkomunikasikan visi perusahaan. Selain itu, pemilik-manajer harus memastikan perusahaan itu menghasilkan produk

atau layanan yang inovatif, bersama dengan bisnis yang memberikan dampak positif dalam masyarakat. (Singh dan Hanafi 2019)

Jika tekanan eksternal (kewajiban sertifikasi halal) dapat diubah menjadi motivasi internal (pelaku UMK) akan berpengaruh pada penerapan standar halal di UMK yang berpengaruh pada kinerja operasional, kinerja pasar, dan kinerja keuangan UMK. (Giyanti dkk. 2021) Proses saat individu memaknai objektivasi yang telah ada diluar dirinya dinamakan internalisasi, dapat terjadi melalui cara sosialisasi. (Munawaroh 2022) Pemerintah adalah pihak yang berkementingan dan seharusnya melakukan sosialisasi tersebut karena penopang utama perekonomian negara adalah UMK. (Giyanti dkk. 2021; Pritandhari 2022) Sebagai sebuah kenyataan baru bagi UMK, sertifikat halal perlu di hadirkan kepada pelaku UMK agar terjadi eksternalisasi dan berlanjut pada internalisasi realitas baru tersebut sehingga terjadi adaptasi pada UMK terhadap sertifikasi halal. Usaha menghadirkan sertifikasi halal adalah dengan menginteraksikan UMK dengan infrastruktur halal seperti pendamping PPH, LPH, dan pihak lain yang terkait erat dengan proses sertifikasi halal. Interaksi antar individu menyebabkan proses internalisasi terjadi. (Munawaroh 2022) Sosialisasi dan pendampingan secara lebih masif ke lebih banyak UMK di seluruh pelosok negeri dengan didukung ketersediaan infrastruktur pendukung sertifikasi halal dapat menjadi jalan terjadinya internalisasi disrupsi halal pada UMK. Adaptasi disrupsi halal pada UMK dapat terjadi setelah sertifikasi halal terinternalisasi menjadi *worldview* atau ideologi yang mempengaruhi pola, model, dan kinerja UMK..

KESIMPULAN

Kewajiban sertifikasi halal merupakan realitas sosial yang membawa dua konsekuensi (disrupsi). Pertama, menjadi tekanan eksternal bagi UMK yang bahkan mampu menghancurkan bisnisnya. Kedua, disisi lain kemampuan UMK untuk menjadikannya motivasi internal akan berdampak pada penerapan standar halal yang berkorelasi dengan peningkatan nilai tambah di bisnis mereka. Banyak pelaku UMK yang ingin mensertifikasi halal produk mereka, baik karena motif kesadaran internal, maupun dorongan program pemerintah. Namun, beberapa kendala yang masih dialami UMK,

diantaranya: kurangnya literasi sertifikasi halal, pembiayaan, insfrastruktur LPH dan teknologi, serta kurang maksimalnya pendampingan.

Usaha mengembangkan kebijakan yang telah ada perlu dilakukan, salah satunya dengan peningkatan sosialisasi dan pendampingan ke lebih banyak UMK di seluruh pelosok negeri sebagai upaya untuk menginternalisasi sertifikasi halal pada pelaku UMK. Pola pengetahuan dan budaya kerja UMK yang tidak terbiasa dengan sistem sertifikasi menjadi kendala yang krusial di Masyarakat. Proses internalisasi yang mendorong transformasi pengetahuan pelaku UMK akan pentingnya dan cara kerja sertifikasi halal, mampu mempermudah pelaku UMK beradaptasi dengan disrupsi halal. Proses internalisasi dengan menjadikan sertifikasi halal sebagai *worldview* atau ideologi yang mempengaruhi perilaku UMK pada kinerja operasional, kinerja pasar, dan kinerja keuangan UMK. Penting juga untuk mencoba semua kemungkinan strategi untuk mengembangkan UMK sehingga berdampak pada pertumbuhan ekonomi negara.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini terbatas pada kasus adaptasi pelaku UMK sektor makanan dan minuman tradisional di wilayah Sleman. Perlu penelitian lanjutan yang mengkaji pelaku UMK di sektor lain untuk mengembangkan kajian sertifikasi halal pada UMK. Penting juga dilakukan penelitian di wilayah lain atau wilayah yang lebih luas untuk melihat tipologi yang lebih detail.

DAFTAR PUSTAKA

- Akim, Akim, Neneng Konety, Chandra Purnama, dan Leeja Citra Korina. 2019. "The Shifting of Halal Certification System in Indonesia: From Society-Centric To State-Centric." *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan* 35(1):115–26. doi: 10.29313/mimbar.v35i1.4223.
- Bergeaud-Blackler, Florence, John Lever, dan Johan Fischer, ed. 2016a. *Halal Matters: Islam, Politics and Markets in Global Perspective*. First Edition. London; New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Bergeaud-Blackler, Florence, John Lever, dan Johan Fischer, ed. 2016b. *Halal matters: Islam, politics and markets in global perspective*. First Edition. London; New York: Routledge, Taylor & Francis Group.

- Berger, Peter L., dan Thomas Luckmann. t.t. "The Social Construction of Reality." 125.
- Charity, May Lim. 2018. "JAMINAN PRODUK HALAL DI INDONESIA." *Jurnal Legislasi Indonesia* 14(1):99–107. doi: 10.54629/jli.v14i1.77.
- Christensen, Clayton M. 1997. *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Boston, Mass: Harvard Business School Press.
- Faidah, Mutimmatul. 2017. "Sertifikasi Halal di Indonesia dari Civil Society menuju Relasi Kuasa antara Negara dan Agama." *Islamica: Jurnal Studi Keislaman* 11(2):449–76. doi: 10.15642/islamica.2017.11.2.449-476.
- Faridah, Hayyun Durrotul. 2019. "Halal Certification in Indonesia; History, Development, and Implementation." *Journal of Halal Product and Research (JPHR)* 2(2):68–78. doi: 10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78.
- Firmansyah, Deri, dan Dede. 2022. "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1(2):85–114. doi: 10.55927/jiph.v1i2.937.
- Fischer, Johan. 2011. *The Halal Frontier: Muslim Consumers in a Globalized Market*. 1st edition. New York, NY Houndmills, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Fischer, Johan. 2016. *Islam, Standards, and Technoscience in Global Halal Zones*. First published. New York London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Fukuyama, Francis. 1999. *The Great Disruption: Human Nature and the Reconstitution of Social Order*. Profile.
- Garaika, dan Darmanah. 2019. *Metodologi Penelitian*. Lampung Selatan: CV. Hiera Tech.
- Giyanti, Ida, Anita Indrasari, Wahyudi Sutopo, dan Eko Liquidanu. 2021. "Halal Standard Implementation in Food Manufacturing SMEs: Its Drivers and Impact on Performance." *Journal of Islamic Marketing* 12(8):1577–1602. doi: 10.1108/JIMA-11-2019-0243.
- Giyanti, Ida, dan Erna Indriastiningsih. 2019. "Impact of Halal Certification on The Performance of Food Small Medium Enterprises." *Jurnal Ilmiah Teknik Industri* 18(2):116–23. doi: <https://doi.org/10.23917/jiti.v18i2.7242>.
- Haleem, Abid, Mohd Imran Khan, dan Shahbaz Khan. 2019. "Halal certification, the inadequacy of its adoption, modelling and strategising the efforts." *Journal of Islamic Marketing* 11(2):384–404. doi: 10.1108/JIMA-05-2017-0062.

- Hamka, Hamka. 2020. "Sosiologi Pengetahuan: Telaah Atas Pemikiran Karl Mannheim." *Scolae: Journal of Pedagogy* 3(1):76–84. doi: 10.56488/scolae.v3i1.64.
- Hasan, Haslinda, Rini Suryati Sulong, dan Geoffrey Harvey Tanakinjal. 2020. "Halal Certification Among the SMEs in Kinabalu, Sabah." *Journal of Consumer Sciences* 5(1):16–28. doi: 10.29244/jcs.5.1.16-28.
- Hasyim, Syafiq. 2019. "Becoming a Global Halal Hub: Is Indonesia Ready?"
- Indonesia, Republik. 2014. *UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*.
- Khan, Shahbaz, Mohd Imran Khan, dan Abid Haleem. 2019. "Evaluation of barriers in the adoption of halal certification: a fuzzy DEMATEL approach." *Journal of Modelling in Management* 14(1):153–74. doi: 10.1108/JM2-03-2018-0031.
- Mannheim, Karl. 1979. *Ideology and Utopia: An Introduction to the Sociology of Knowledge*. Repr. London: Routledge & Kegan Paul.
- Mizan, Ahmad Nur. 2016. "Peter L. Berger dan Gagasannya mengenai Konstruksi Sosial dan Agama." *Jurnal Citra Ilmu* xxi(2):147–53.
- Mukson, Hamidah, dan Anton Satria Prabuwo. 2021. *Lingkungan Kerja dan Orientasi Kewirausahaan Kinerja UMKM melalui Komitmen Organisasi*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Munawaroh, Lathifah. 2022. "Thomas Luckmann: Kontribusi Sosiologi Pengetahuan dalam Studi Islam." *Al-Ulum* 9:417–33.
- Ng, Hee Song, dan Daisy Mui Hung Kee. 2017. "Entrepreneurial SMEs Surviving in the Era of Globalisation: Critical Success Factors." Hlm. 75–90 dalam *Global Opportunities for Entrepreneurial Growth: Cooperation and Knowledge Dynamics within and across Firms*, disunting oleh S. Sindakis dan P. Theodorou. Emerald Publishing Limited.
- Ohoitumur, Johanis. 2018. "Disrupsi: Tantangan Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan Dan Peluang Bagi Lembaga Pendidikan Tinggi." *Respons: Jurnal Etika Sosial* 23(02):143–66. doi: 10.25170/respons.v23i02.553.
- Pandya, Viral. 2012. "Comparative Analysis of Development of SMEs in Developed and Developing Countries." Phuket - Thailand.
- Panjaitan, Jenri, Muhadjir Darwin, Indra Bastian, dan Sukamdi Sukamdi. 2020. "What Do Banks, Rural Credit Institutions, and Regulators Infer from the Current Strengths and Standing of Indonesian SMEs?" *Gadjah Mada International Journal of Business* 22(1):1–23. doi: 10.22146/gamaijb.53968.

- Pritandhari, Meyta. 2022. "Peran UMKM Sebagai Salah Satu Pilar Ekonomi Kerakyatan." dalam *Eksistensi Ekonomi Kerakyatan di Indonesia*. Lamongan: Academia Publication.
- Rahmanto, Oki Dwi. 2020. "PEMBACAAN HIZB GHAZÂLÎ DI PONDOK PESANTREN LUQMANNIYYAH YOGYAKARTA PERSPEKTIF TEORI SOSIOLOGI PENGETAHUAN KARL MANNHEIM." *Living Islam: Journal of Islamic Discourses* 3(1):25–46. doi: 10.14421/lijid.v3i1.2189.
- Riaz, Mian N., dan Muhammad M. Chaudry, ed. 2019. *Handbook of Halal Food Production*. Boca Raton: CRC Press, Taylor & Francis Group, CRC Press is an imprint of the Taylor & Francis Group, an informa business.
- Salindal, Normia Akmad. 2018. "Halal certification compliance and its effects on companies' innovative and market performance." *Journal of Islamic Marketing* 10(2):589–605. doi: 10.1108/JIMA-04-2018-0080.
- Shirazi, Faegheh. 2016. *Brand Islam: the marketing and commodification of piety*. First edition. Austin: University of Texas Press.
- Singh, Daljeet Singh Malkeet, dan Norshafizah Binti Hanafi. 2019. "Disruptive Technology and SMEs Performance in Malaysia." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 9(12).
- Wardhana, Adhitya, Bayu Kharisma, dan Tresna Lisdiyanti. 2020. "TEKNOLOGI INFORMASI KOMUNIKASI DAN PERTUMBUHAN EKONOMI WILAYAH BARAT DAN TIMUR INDONESIA PERIODE 2014-2018." *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 1103. doi: 10.24843/EEB.2020.v09.i11.p05.