

Strategi Kerjasama Pengembangan Institusi Halal: Implementasi pada Halal Center

Poppy Arsil¹⁾, Rumpoko Wicaksono²⁾, Hety Handayani Hidayat³⁾, Dian Novitasari⁴⁾
^{1,2,3,4} Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Jawa Tengah

*Email korespondensi: poppy.arsil@unsoed.ac.id

Abstract

The halal industry has the potential to grow, supported by a gradual implementation of a mandatory halal regulation according to Law No 33 the year 2014 regarding Halal Product Guarantee. To support this program, Halal Product Guarantee Agency (BPJPH) has encouraged universities to establish Halal Centers since 2019. The goal of this study is to investigate the Halal Center's collaboration strategy with other agencies supporting halal mandatory programs using the Analytical Hierarchy Process approach. This research interviewed 40 food and beverage business owners and experts in 2021. Data analysis is divided into three stages: decomposition, pairwise comparisons, and priority synthesis. The hierarchical structure is comprised of four levels, namely the variables affecting collaboration, the actors involved, the goals, and the cooperation strategy. The results show that capital (0.617) and institutional policy (0.30) affect the growth of Halal Center cooperation. While BPJPH (0.33), the government (0.31), and private institutions (0.12) all contribute to the development of the halal center collaboration. The purpose of developing the halal center collaboration is to help accelerate MSME to obtain halal certification (0.67). While the Cooperation strategy suggests the use of government assistance funds (0.46), as well as collaboration with private institutions (0.34).

Keywords : Analytical Hierarchy Process, BPJPH, halal center, sertifikasi halal, UMKM

Saran sitasi: Arsil, P., Wicaksono, R., Hidayat, H. H., & Novitasari, D. (2022). Strategi Kerjasama Pengembangan Institusi Halal: Implementasi pada Halal Center. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 590-598. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3794>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3794>

1. PENDAHULUAN

Industri halal merupakan salah satu penunjang sektor ekonomi yang sedang berkembang pesat. Berdasarkan data dari (Dinnar Standard, 2021), muslim di dunia menghabiskan US \$ 2,2 triliun pada tahun 2018 pada sektor halal termasuk pangan, farmasi, finansial dan gaya hidup yang berbasis ekonomi Islam. Ekonomi Islam merujuk kepada sektor dimana inti bisnis produk dan jasa berbasis hukum dan etika Islam. Indonesia sendiri menempati peringkat kelima ekonomi halal dunia di berbagai sektor pada tahun 2019, naik 5 peringkat dari tahun sebelumnya yang berada pada peringkat 10 (Dinnar Standard, 2020). “Halal Ekonomi Masterplan” merupakan strategi nasional untuk meningkatkan ekonomi Islam dengan tujuan menjadikan Indonesia sebagai produsen utama industri halal global pada tahun 2024 (Kementerian Koperasi Republik

Indonesia, 2021). Sejalan dengan kebijakan ini, pemerintah telah mengeluarkan UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). UU ini mengatur bahwa “Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal” (pasal 4) dan mulai berlaku secara bertahap sejak 17 Oktober 2019. Penerapan wajib halal dimulai dari produk makanan dan minuman, diikuti oleh produk obat-obatan, kosmetik dan lainnya. Data menunjukkan bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di bidang makanan dan minuman yang telah memiliki sertifikat halal pada tahun 2019 adalah sebanyak 69.577 unit atau setara dengan 0,11 persen dari sekitar 65 juta UMKM yang terdaftar di Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2019. Jumlah ini tentu sangat rendah. Selain itu, perpindahan kepengurusan sertifikasi halal dari LPPOM MUI ke Badan Penyelenggara Jaminan

Produk Halal (BPJPH) ikut menjadi faktor penghambat proses sertifikasi halal karena perlunya regulasi baru dan persiapan sistem yang membutuhkan waktu (Malau & Svinarky, 2020).

Untuk mendorong percepatan wajib halal produk yang beredar di Indonesia, maka pemerintah -dalam hal ini BPJPH- mendorong universitas atau lembaga pendidikan berbasis agama mendirikan dan mengembangkan halal center. Halal center merupakan institusi yang terdiri dari penyelia halal dan memiliki kemampuan untuk melakukan riset maupun pendampingan, pembinaan, dan pengawasan Jaminan Produk Halal (JPH) (Sukoso, 2020). Sesuai dengan pasal 28 ayat 1 UU JPH maka Penyelia Halal bertugas: a. mengawasi Proses Produksi Halal (PPH) di perusahaan, b. menentukan tindakan perbaikan dan pencegahan, c. mengoordinasikan PPH, dan d. mendampingi Auditor Halal LPH pada saat pemeriksaan. Keberadaan Halal Center memiliki peran penting bagi UMKM dalam implementasi PPH dan proses sertifikasi halal sekaligus membantu pemerintah dalam mensukseskan program wajib halal yang sudah ditetapkan melalui UU JPH. Keberadaan Halal Center mulai bermunculan pada akhir tahun 2019 sejalan dengan peralihan pengurusan sertifikasi halal dari LPPOM MUI ke BPJPH. Sebagai salah satu institusi halal yang baru, maka Halal Center perlu mengembangkan organisasinya melalui strategi kerjasama untuk meningkatkan performansi organisasi. Hal ini sejalan dengan Dekiawan & Subagyo (2018) yang mengatakan kerjasama merupakan alternatif strategi suatu organisasi untuk berkembang termasuk pengembangan institusi pendidikan. Kerjasama ini dapat diinisiasi di lingkungan sejenis (akademik) maupun antar lembaga non akademik lainnya. Halal Center memiliki kapasitas yang terbatas secara finansial untuk inovasi dan pengembangan sehingga kerjasama dengan instusi lain dapat membantu akses kapital, investasi dan peningkatan kredibilitas. Sejauh ini penelitian mengenai Halal Center masih sangat jarang dijumpai karena organisasi ini baru berkembang pada akhir tahun 2019. Penelitian halal di Indonesia lebih berfokus kepada potensi pariwisata halal (Jaelani, 2017), perilaku konsumen terkait produk halal (Arsil et al., 2018) dan faktor penghambat dan pendorong dalam adopsi sertifikasi halal (Prabowo et al., 2015). Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan strategi kerjasama instusi halal dalam implementasinya pada halal center dengan

menggunakan pendekatan Analytical Hierarchy Process (AHP).

AHP merupakan suatu model pengambilan keputusan yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty pada suatu permasalahan yang kompleks. Permasalahan tersebut diuraikan menjadi beberapa struktur multi-faktor atau kriteria dalam satu hirarki. Level pertama merupakan tujuan dan diikuti oleh sub-kriteria seperti faktor, aktor yang berperan hingga alternatif strategi sehingga permasalahan yang kompleks menjadi lebih terstruktur dan sistematis (Saaty, 1993). Prinsip dari AHP adalah mengkuantifikasikan kepentingan relatif dari beberapa set prioritas. Preferensi ditentukan oleh perbandingan berpasangan dengan skala rasio tertentu. AHP juga sudah banyak digunakan seperti dalam perancangan aplikasi tracking kuliner halal (Sucipto et al., 2018), prioritas resiko dalam rantai pangan halal (Khan, Khan, Haleem, et al., 2019) dan evaluasi hambatan dalam mengadopsi sertifikasi halal UMKM (Khan, Khan, & Haleem, 2019). Menurut Lubis et al., (2019) menyatakan bahwa strategi pengembangan oraganisasi bisnis berbasis pertanian melibatkan faktor internal dan eksternal dimana melibatkan seluruh subsistem industri yakni pemasaran, pengolahan, produksi, kelembagaan hingga penyediaan sarana dan prasarana produksi.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Pengumpulan data

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Banyumas pada tahun 2021. Terdapat sekitar 66 ribu UMKM di Kabupaten Banyumas yang sebagian besar bergerak dibidang makanan dan minuman. Sebanyak empat puluh pengambil keputusan UMKM makanan dan minuman, juru sembelih halal dan perwakilan instansi pemerintah terkait dengan kebijakan wajib halal seperti Dinas Perindustrian, Dinas Koperasi dan UMK, Kementrian Agama Kabupaten Banyumas ditanya mengenai faktor, aktor dan strategi yang tepat dalam pengembangan Halal Center dengan metode Analytical Hierarchy Proces. Jumlah responden sudah memenuhi persyaratan dengan menggunakan AHP dengan minimal responden 4 (Sucipto et al., 2018; Maryati et al., 2016). Responden dipilih secara *purposive* yang merupakan pemilik atau pengambil keputusan dalam UMKM dan atau memiliki pengetahuan mengenai regulasi kewajiban halal. Pertanyaan terdiri dari dua bagian. Bagian pertama terkait sosiodemografi responden, pengetahuan dan

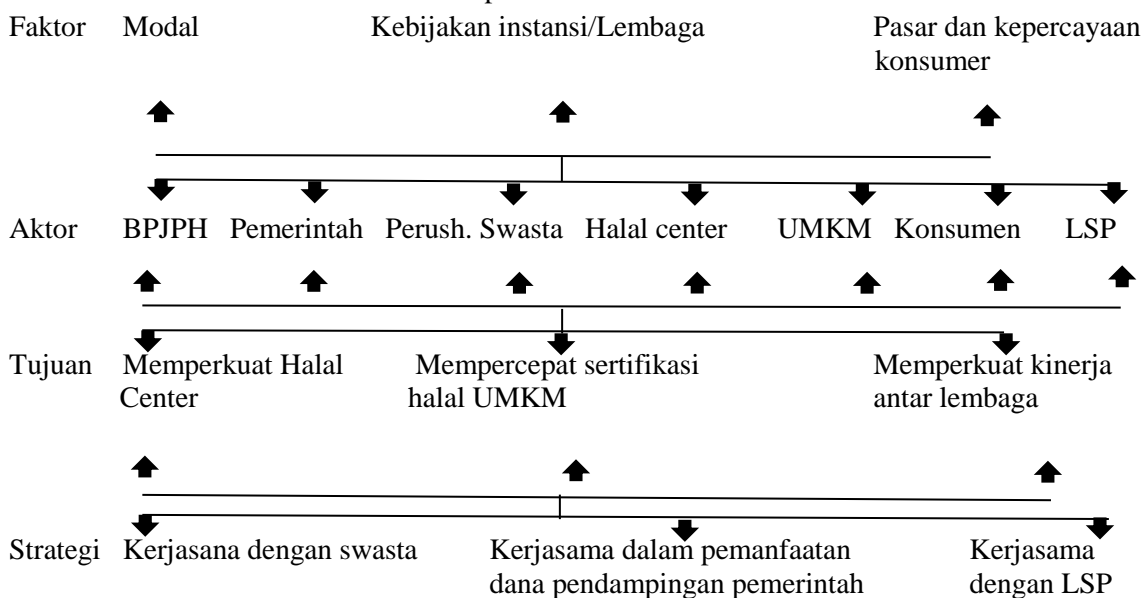
persepsi responden mengenai kewajiban halal di Indonesia. Pada bagian kedua responden ditanya mengenai penilaian berpasangan dua elemen pada matrik AHP terkait pengembangan strategi kerjasama Halal Center. Masing-masing responden mendapatkan souvenir sebagai penghargaan terhadap waktu yang telah disediakan.

2.2. Data analisis

Tahapan analisis AHP

- Dekomposisi yaitu mengkonstruksi hirarki yang terdiri dari beberapa level atau tingkatan, dimana level pertama menunjukkan tujuan dari penelitian. Hirarki yang terdiri dari beberapa kriteria dan sub-kriteria disusun berdasarkan hasil kajian pustaka (contoh Sucipto et al., 2018; Silalahi et al., 2021) dan *Focus Grup Discussion* (FGD) yang melibatkan 10 peserta terdiri dari UMKM, dosen dan pemerhati halal. Hasil FGD kemudian disusun ke dalam satu hirarki dan selanjutnya dikonsultasikan kepada pakar halal -dalam hal ini dosen peneliti halal di kampus Universitas Jenderal Soedirman- untuk mendapatkan saran

perbaikan. Hirarki dibagi menjadi 4 tingkatan terdiri dari tujuan yaitu strategi pengembangan kerjasama Halal Center, faktor yang mempengaruhi strategi kerjasama Halal Center, aktor yang berperan, tujuan kerjasama dan alternatif strategi (Gambar 1). Pada kriteria faktor yang mempengaruhi kerjasama terdiri dari tiga elemen yaitu: modal, kebijakan instansi dan pasar dan kepercayaan konsumen. Sedangkan aktor yang berperan dalam strategi kerjasama Halal Center diantaranya BPJPH, pemerintah, perusahaan swasta, Halal Center, UMKM, konsumen dan Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP). Adapun tujuan dari strategi kerjasama terdiri dari 3 yaitu: 1) memperkuat Halal Center, 2) mempercepat sertifikasi halal UMKM dan 3) memperkuat kinerja antar lembaga. Alternatif strategi dikembangkan menjadi 3 yaitu: 1) kerjasama dalam pemanfaatan dana pendamping pemerintah 2) kerjasama dengan swasta, dan 3) kerjasama dengan LSP.



Gambar 1. Hirarki pengembangan kerja sama Halal Center.

- Melakukan perbandingan berpasangan diantara dua elemen baik pada setiap level hirarki dan diantara level dari keseluruhan hirarki dengan menggunakan nilai yang berkisar antara 1-9 (Tabel 1) (Saaty, 1993).

Tabel 1. Skala penilaian matrik berpasangan

Tingkat kepentingan	Deskripsi
1	Sama pentingnya dibandingkan dengan yang lain
3	Lebih penting dibandingkan dengan yang lain
5	Cukup penting dibandingkan yang lain
7	Sangat penting dibandingkan yang lain
9	Ekstrem pentingnya dibandingkan yang lain
2,4,6,8	Nilai diantara dua elemen yang berdekatan

- c. Sintesis prioritas untuk menentukan bobot prioritas masing-masing elemen. Nilai eigen untuk setiap level dihitung dan dikalikan dengan matriks di atas untuk menghasilkan skala prioritas alternatif perencanaan strategis (Saaty, 1993).

$$A = [a_{ij}] = \begin{bmatrix} 1 & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ \frac{1}{a_{12}} & 1 & \dots & \frac{1}{a_{1n}} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \frac{1}{a_{1n}} & \frac{1}{a_{2n}} & \dots & 1 \end{bmatrix} \quad (1)$$

Jika A merupakan matriks yang konsisten, maka penilaian komparatif diwakili oleh a_{ij} . Jika a_{ij} adalah 1, maka a_{ji} adalah $1/a_{ij}$ (*reciprocal*) dimana, i, j mewakili $1, 2, \dots, n$. Bobot W_i dan a_{ij} dihitung dengan menggunakan rumus

$$a_{ij} = \frac{w_i}{w_j}, i, j = 1, 2, \dots, n \quad (2)$$

Dimana n menunjukkan jumlah kriteria yang dibandingkan, w_i menunjukkan bobot yang ditetapkan untuk kriteria- i , dan a_{ij} menunjukkan rasio bobot yang ditetapkan untuk kriteria i dan j , masing-masing. Nilai eigen dan vektor eigen untuk setiap matriks yang konsisten kemudian dihitung dengan menghitung nilai eigen terbesar (Saaty, 1993).

$$\lambda_{\max} = \sum_{j=1}^n a_{ij} \left(\frac{w_j}{w_i} \right) \quad (3)$$

Namun, konsistensi dalam menentukan kepentingan relatif harus diperiksa, karena proses pengambilan keputusan bersifat subjektif dan berulang, yang dapat membuat responden bosan dan mengakibatkan inkonsistensi dalam menetapkan nilai pada kepentingan relatif. Indeks Konsistensi (*Consistency Index*, CI) menunjukkan penilaian konsistensi. Indeks Acak (*Random Index*, RI) menunjukkan indeks konsistensi acak dengan berbagai ukuran matriks prioritas seperti yang ditentukan pada Tabel 2. Nilai λ_{\max} menunjukkan nilai eigen maksimum yang diperoleh dari matriks yang konsisten sedangkan n menunjukkan ukuran matriks perbandingan.

$$CI = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1} \quad (4)$$

Keputusan konsistensi dinilai dari rasio konsistensi (*Consistency ratio*, CR) yang dihitung dari CI dibagi RI. Nilai CR harus kurang atau sama dengan 0,1, menunjukkan konsistensi dan akuntabilitas penilaian matrik berpasangan oleh responden (Saaty, 1993).

$$CR = \frac{CI}{RI} \quad (5)$$

Tabel 2. Nilai RI pada berbagai ukuran matrik

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
RI	0	0	0.58	0.9	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49	1.51	1.48	1.56	1.57	1.59

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

3.1.1. Sosio demografi responden

Responden terdiri dari 30 pemilik UMKM dan 10 pakar yang terdiri dari Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UMKM, Kementerian Agama, pengelola pasar, pengelola Rumah Potong Hewan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, LSP dan berbagai bank yang bergerak di ekonomi Islam di wilayah keresidenan Banyumas. Secara umum responden berjenis kelamin laki-laki, berpendidikan sarjana, beragama Islam dan berusia dibawah 40 tahun. Data ini sejalan dengan data BPS (2021) yang menunjukkan bahwa Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) laki-laki di Banyumas lebih besar daripada perempuan yaitu sebesar 81,78%.

Merujuk kepada UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, salah satu parameter yang digunakan untuk mengkategorikan usaha mikro dan kecil adalah jumlah pendapatan. Usaha mikro memiliki pendapatan rata-rata usaha/omzet paling banyak Rp. 300 juta per tahun atau sekitar Rp. 25 juta perbulan. Sebanyak 66,7 persen UMKM dikategorikan sebagai usaha mikro (Tabel 3). Hanya 10 persen UMKM yang memiliki sertifikasi halal. Beberapa kendala UMKM dalam mendapatkan sertifikasi halal diantaranya 1) kurangnya edukasi dan sosialisasi mengenai kewajiban sertifikasi halal, 2) biaya yang dikeluarkan dalam pengurusan sertifikasi halal cukup besar, 3) kurangnya SDM yang memiliki kemampuan mengenai sistem jaminan halal yang cukup kompleks.

Tabel 3. Sosiodemografi Responden

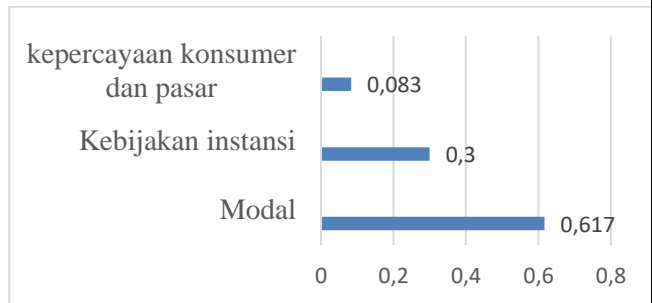
Kategori		Jumlah (n=40)	
		Frekuensi	Presentase
Karakteristik Responden			
Jenis kelamin	Perempuan	9	22,5
	Laki-laki	31	77,5
Usia (tahun)	< 30	14	35
	< 40	22	55
	≥ 40	4	10
Agama	Islam	38	95
	Sarjana	23	58
Pendidikan terakhir	SMA	16	40
	SMP	1	2
	Menikah	35	87,5

Status pernikahan Pekerjaan	Kategori	Jumlah (n=40)	
		Frekuensi	Presentase
	Belum Menikah	5	12,5
	Pengusaha (UMKM)	30	75
	Pakar (perwakilan pemerintah, bank dan LSP)	10	25
	Tidak tahu	27	67,5
Pengetahuan tentang UU No 33 tahun 2014	Sudah tahu	13	32,5
Karakteristik UMKM (n=30)			
Usaha didirikan	< 2010	5	16,7
	< 2020	23	76,7
	≥2020	2	6,7
Apakah sudah memiliki sertifikasi halal?	Sudah	3	10
Jumlah karyawan (orang)	1-5	20	66,7
	6-10	8	26,7
	>10	2	6,7
Luas pemasaran	Nasional	1	3,3
	Regional	29	96,7
Pendapatan rata-rata usaha (juta rupiah)	<25	24	80
	25-50	6	20

3.1.2. Strategi Kerjasama Halal Center

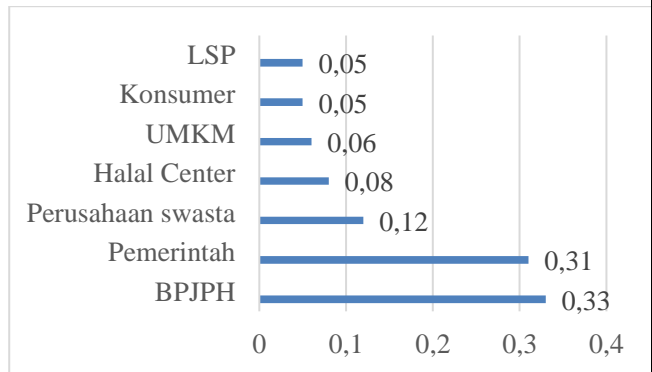
Faktor yang mempengaruhi pengembangan kerjasama halal center

Hasil analisis rasio konsistensi (CR) dari semua matrik menunjukkan nilai yang konsisten ($< 0,1$) dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh Saaty (1993). Analisa preferensi responden terhadap faktor yang berperan dalam pengembangan kerjasama Halal Center dalam mempercepat proses sertifikasi halal dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 1. Faktor yang mempengaruhi pengembangan kerja sama Halal Center

Aktor yang berperan dalam strategi kerjasama halal center

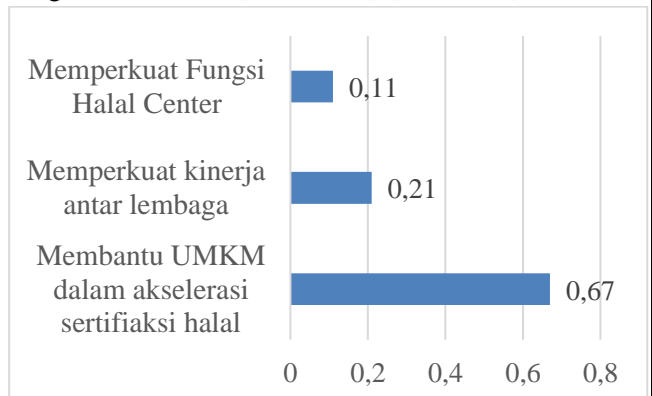


Gambar 2. Aktor yang berperan dalam strategi kerja sama Halal Center

Tiga aktor penting yang berperan dalam strategi kerja sama Halal Center dengan instansi lain adalah BPJPH (bobot 0,33), pemerintah (bobot 0,31), perusahaan swasta (bobot 0,12).

Tujuan strategi kerjasama Halal Center

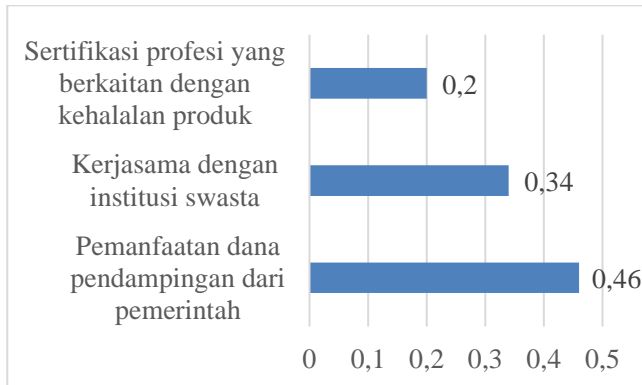
Tujuan kerjasama Halal Center yang paling utama menurut responden adalah membantu UMKM dalam akselerasi sertifikasi halal dengan (bobot 0,67), jauh lebih penting dibandingkan dengan memperkuat kinerja antar lembaga (bobot 0,21) dan memperkuat fungsi halal center (bobot 0,11) (Gambar 3).



Gambar 3. Tujuan pengembangan kerja sama Halal Center.

Alternatif strategi kerjasama Halal Center

Hasil survei menunjukkan halal center dapat mengembangkan Kerjasama dengan memanfaatkan dana pendampingan pemerintah untuk akselerasi halal (bobot 0,46), lebih penting dari kerjasama dengan perusahaan swasta (bobot 0,34) dan Kerjasama dengan LSP (0,2) (Gambar 4).



Gambar 4. Strategi pengembangan kerjasama Halal Center dengan instansi/lembaga otoritas terkait

3.2. Pembahasan

Faktor utama yang berpengaruh pada pengembangan kerja sama halal center adalah modal (0,617). Hal ini sejalan dengan penelitian Kamila (2020) bahwa biaya yang dikeluarkan UMKM untuk pengurusan sertifikasi halal merupakan kendala utama dalam penerapan wajib halal. Pengurusan sertifikasi dianggap berbiaya tinggi, dimulai dari persiapan dokumen, implementasi SJH, perlunya tambahan tenaga kerja sebagai penyelia halal, pembayaran pelatihan eksternal yang merupakan persyaratan jika ingin menggunakan LPH LPPOM MUI, dan biaya audit eksternal. Berdasarkan komunikasi personal dengan beberapa UMKM biaya yang dikeluarkan berkisar antara 2-3 juta rupiah. Hal senada juga diungkapkan Suhodo (2015) bahwa sebagian pelaku UMKM belum sepakat tentang pentingnya sertifikasi halal. Hal ini disebabkan pertimbangan mengenai kesiapan SDM yang memiliki pengetahuan mengenai Sistem Jaminan Halal (SJH), dan prioritas biaya produksi dan pemasaran yang masih terbatas. Bagi usaha mikro, biaya sertifikasi halal cukup besar, sehingga program kerjasama Halal Center diharapkan lebih fokus untuk membantu UMKM dalam pengurusan sertifikasi halal khususnya meringankan beban biaya usaha mikro. Kerjasama halal center dengan institusi lain dapat melalui pemanfaatan dana-dana pendampingan pemerintah dan swasta (dana CSR). Harapannya dengan terjalannya kerja sama Halal Center dengan berbagai instansi dapat

menjembatani UMKM mendapatkan sertifikasi halal dengan biaya yang seminimal mungkin.

Kebijakan instansi merupakan faktor kedua terpenting dalam strategi kerja sama Halal Center dengan institusi lain. Kebijakan instansi terkait dengan kebijakan Halal Center itu sendiri maupun kebijakan lembaga lain di luar Halal Center dalam hal percepatan wajib halal. Sebagai contoh, pasal 140 UU Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal mengatakan bahwa “Penahapan kewajiban bersertifikat halal bagi produk makanan, minuman, hasil sembelihan, dan jasa penyembelihan dimulai dari tanggal 17 Oktober 2019 sampai dengan tanggal 17 Oktober 2024”. Kebijakan ini kurang disosialisasikan dan diedukasi ke UMKM terkait. Bahkan hasil survei responden mengenai pengetahuan terhadap UU No 33 tahun 2014, yang sudah enam tahun dikumandangkan masih belum dipahami dengan baik oleh responden (67,5 persen responden menjawab belum tahu, Tabel 1). Sosialisasi dan edukasi mengenai kebijakan pemerintah dan instansi merupakan salah satu faktor kurang efektifnya penerapan UU JPH (Nukeriana, 2018). Revisi UU JPH dalam UU Cipta Kerja (pasal 4A) terkait aturan *self-declare* juga belum dipahami dengan baik oleh UMKM baik prosedur, persyaratan dan biaya yang harus dikeluarkan (komunikasi pribadi). Kebijakan instansi berperan penting dalam hal memberikan kepastian hukum kepada UMKM dalam percepatan sertifikasi halal. Implementasi strategi kerjasama halal center dengan institusi lain dapat berkaitan dengan sosialisasi dan edukasi kebijakan, prosedur dan pengetahuan mengenai standar sistem jaminan halal yang sesuai dengan aturan yang dikeluarkan oleh BPJPH. Kepercayaan konsumen dan pasar tidak berpengaruh penting dalam strategi kerjasama ini karena konsumen bukanlah sasaran utama dalam kewajiban sertifikasi halal.

Tiga aktor yang berperan dalam strategi kerjasama Halal Center adalah BPJPH, pemerintah dan instansi swasta. Sesuai UU No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, BPJPH merupakan lembaga pemerintah di bawah Kementrian Agama yang khusus dibentuk untuk menerbitkan sertifikasi halal dan melakukan pengawasan terhadap jaminan produk halal. BPJPH dibentuk pada tahun 2017 (Sukoso, 2020). Sebelumnya, pengurusan sertifikasi halal dikeluarkan oleh LPPOM MUI. Selain BPJPH, pemerintah merupakan aktor penting dalam pengembangan kerja sama Halal Center. Pemerintah memiliki komitmen

untuk percepatan sertifikasi halal bagi UMKM. Usaha percepatan ini difasilitasi melalui penandatanganan nota kerja sama antara 10 pimpinan Kementerian dan Lembaga (K/L) Negara di Kementerian Agama, Jakarta. Kementrian atau lembaga terkait diantaranya 1) Kementerian Agama, 2) Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 3) Kementerian Perdagangan, 4) Kementerian Perindustrian, 5) Kementerian Dalam Negeri, 6) Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 7) Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 8) Kementerian Badan Usaha Milik Negara, 9) Badan Amil Zakat Nasional, Badan Wakaf Indonesia, dan 10) Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah (KNEKS). Pemerintah juga berencana memberikan sertifikasi gratis bagi UMKM dengan omzet dibawah 1 Milyar (Sekertariat Kabinet Republik Indonesia, 2020).

Perusahaan swasta merupaka aktor ketiga terpenting dalam pengembangan kerjasama Halal Center. Hal ini sejalan dengan pernyataan Plt. Kepala BPJPH, Mastuki bahwa perkuatan industri halal di Indonesia perlu adanya kerjasama dari segala pihak baik pemerintah, instansi swasta, perguruan tinggi, organisasi kemasyarakatan, dunia usaha dan masyarakat secara umum. Beliau menyadari bahwa BPJPH tidak bisa berdiri sendiri dalam menyelenggarakan jaminan produk halal. Sementara itu, Direktur Industri Produk Halal KNEKS, Afdhal mendorong adanya sertifikasi halal gratis bagi UMKM dengan omzet dibawah 1 Milyar. Skema sertifikasi halal gratis dapat melibatkan berbagai pihak seperti pemerintah, BUMN, instansi swasta, perguruan tinggi, halal center dan lembaga wakaf untuk ikut bekerja mensukseskan wajib sertifikasi halal (Kementrian Agama Republik Indonesia, 2021). Kerja sama dapat berupa bantuan pendanaan dan kegiatan sosialisasi kepada UMKM.

Hasil survey menunjukkan Halal Center belum berperan sebagai aktor yang dominan dalam kewajiban sertifikasi halal. Hal ini wajar, karena keberadaan Halal Center baru di dorong setelah tahun 2019 sehingga belum banyak berkiprah dalam masyarakat. Halal Center dapat memperkuat kerjasama dengan BPJPH, pemerintah dan instansi swasta dalam berbagai skema kerjasama dalam rangka mendorong percepatan sertifikasi halal. Halal Center yang mempunyai penyelia halal dapat berperan sebagai pendamping UMKM dalam penerapan Sistem Jaminan Halal (SJH). Hal ini senada dengan pernyataan ketua BPJPH, Sukoso, bahwa salah satu

fungsi Halal Center adalah membantu memperkuat BPJPH dalam penerapan kewajiban halal di Indonesia sesuai dengan UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Sukoso, 2020).

Seperti yang telah disampaikan diatas bahwa pemerintah memiliki komitmen terhadap akselerasi sertifikat halal UMKM dengan membuat nota kesepahaman diantara 10 kementrian/Lembaga. Pemanfaatan dana pendampingan dari pemerintah merupakan strategi terpenting dilakukan dalam pengembangan kerja sama Halal Center. Pemerintah telah berkomitmen membebaskan biaya sertifikasi halal bagi pelaku usaha mikro sesuai dengan Peraturan Menteri Keuangan nomor 57 tahun 2021. Strategi pemanfaatan dana pendampingan pemerintah dianggap lebih efektif dibandingkan dengan strategi bekerja sama dengan instansi swasta (bobot 0,34) dan bekerjasama dengan sertifikasi profesi terkait kehalalan produk. Skema pembiayaan UMKM untuk akselerasi sertifikasi halal juga sudah diluncurkan oleh berbagai bank perintah seperti Bank Jateng dan Bank Syariah Indonesia (BSI) serta bank swasta seperti Bank Niaga (Nugu, 2019).

4. KESIMPULAN

Faktor yang mempengaruhi kerjasama Halal Center dengan institusi lain adalah modal dan kebijakan instansi. Strategi kerjasama utama adalah pemanfaatan dana pendampingan pemerintah. Halal center dapat menjalin kerjasama dengan berbagai kementrian atau lembaga dalam hal perannya sebagai pendamping, pembina UMKM dalam implementasi Sistem Jaminan Halal seperti dengan Kementerian Agama, Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, & UMKM, Bank Indonesia, Bank Jateng, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dan Bank Syariah Indonesia. Pengembangan kerja sama yang dimaksud dapat dalam bentuk kerja sama memfasilitasi sertifikasi halal bagi UMKM, edukasi dan pembekalan mengenai sertifikasi halal. Selain itu, Halal Center juga dapat menjalin kerja sama dengan perusahaan swasta yang mendukung penerapan kewajiban halal di Indonesia. Penelitian ini hanya melibatkan UMKM makanan dan minuman di kabupaten Banyumas dan beberapa pakar dari pemerintah dan perguruan tinggi. Pengkajian lebih lanjut dapat melibatkan UMKM sektor obat dan kosmetik diluar Kabupaten Banyumas.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapkan terimakasih ke Rahajeng Aina atas bantuan pengambilan data di lapangan. Penelitian ini didanai oleh dana BLU Universitas Jenderal Soedirman skema Riset Dasar Unggulan (Perjanjian Kontrak Nomor T/705/UN23.18/PT.01.03/2021).

6. REFERENSI

- Arsil, P., Tey, Y. S., Brindal, M., Phua, C. U., & Liana, D. (2018). Personal values underlying halal food consumption: evidence from Indonesia and Malaysia. *British Food Journal*, 120(11), 2524–2538. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2017-0519>
- BPS Kabupaten Banyumas. (2021). Jumlah Penduduk Berumur 15 Tahun Ke Atas Menurut Jenis Kegiatan Selama Seminggu yang Lalu dan Jenis Kelamin di Kabupaten Banyumas, 2020. In *BPS Kab. Banyumas*.
- Dekiawan, H., & Subagyo, H. (2018). Simulasi Model Swot-Ahp Dalam Penentuan Pilihan Alternatif Strategi Pengembangan Perguruan Tinggi Vokasi D3. *Erudio Journal of Educational Innovation*, 5(1), 19–34. <https://doi.org/10.18551/erudio.5-1.3>
- Dinnar Standard. (2020). State of the global islamic economy report: Driving the islamic economy revolution 4.0. In *Dubai International Financial Centre*. <https://cdn.salaamgateway.com/special-coverage/sgie19-20/full-report.pdf>
- Dinnar Standard. (2021). *State of the global islamic economy report: Driving the uncertainty*.
- Jaelani, A. (2017). Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospect. *International Review of Management and Marketing*, 7(3), 25–34.
- Kamila, N. (2020). *Respon Pedagang Bakso terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal di Kabupaten Bureuen, Aceh*. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2021). *Ini Enam Upaya Kemenag Dorong Halal Indonesia untuk Masyarakat Dunia*. <https://kemenag.go.id/read/ini-enam-upaya-kemenag-dorong-halal-indonesia-untuk-masyarakat-dunia-8npw4>
- Kementerian Koperasi Republik Indonesia. (2021). Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menti Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 5 Tahun 2020 Tentang Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Tahun 2020u20132024. In *Kementerian Koperasi RI* (Nomor 5 Tahun 2021).
- Khan, S., Khan, M. I., & Haleem, A. (2019). Evaluation of barriers in the adoption of halal certification: a fuzzy DEMATEL approach. *Journal of Modelling in Management*, 14(1), 153–174. <https://doi.org/10.1108/JM2-03-2018-0031>
- Khan, S., Khan, M. I., Haleem, A., & Jami, A. R. (2019). Prioritising the risks in Halal food supply chain: an MCDM approach. *Journal of Islamic Marketing*, ahead-of-p(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0206>
- Lubis, F. A., Harisudin, M., & Fajarningsih, R. U. (2019). Strategi Pengembangan Agribisnis Cabai Merah di Kabupaten Sleman dengan Metode Analytical Hierarchy Process. *AGRARI: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 5(2). <https://doi.org/10.18196/agr.5281>
- M Nugu. (2019). *CIMB Niaga-BPJPH Bersinergi Dorong Industri Halal*. Republika. <https://www.republika.co.id/berita/pzchks383/cimb-niagabpjph-bersinergi-dorong-industri-halal>
- Malau, P., & Svinarky, I. (2020). Analisis Perspektif Hukum Pengurusan Sertifikasi Halal Dalam Upaya Perlindungan Konsumen. *JUSTITIA: Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora*, 7(3), 547–559.
- Maryati, T., Syarief, R., & Hasbullah, R. (2016). Analisis Faktor Kendala dalam Pengajuan Sertifikat Halal. (Studi Kasus: Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Makanan Beku di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Produksi Dan Teknologi Hasil Peternakan*, 4(3), 364–371. <https://doi.org/10.29244/jipthp.4.3.364-371>
- Nukeriana, D. (2018). Implementasi Sertifikasi Halal pada Produk Pangan di Kota Bengkulu. *Qiyas Jurnal Hukum Islam Dan Peradilan*, 3(2), 154–166.
- Prabowo, S., Abd Rahman, A., Ab Rahman, S., & Samah, A. A. (2015). Revealing factors hindering halal certification in East Kalimantan Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 6(2), 268–291. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2014-0040>
- Saaty, T. L. (1993). *Pengambilan keputusan bagi para pemimpin*. PT. Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.
- Sekertariat Kabinet Republik Indonesia. (2020). *Pemerintah Percepat Fasilitasi Sertifikasi Halal Usaha Mikro dan Kecil*. <https://setkab.go.id/pemerintah-percepat-fasilitasi-sertifikasi-halal-usaha-mikro-dan-kecil/>
- Silalahi, S. A. F., Fachrurazi, F., & Fahham, A. M. (2021). Factors affecting intention to adopt halal practices: case study of Indonesian small and medium enterprises. *Journal of Islamic Marketing*, ahead-of-p(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2020-0152>

- Sucipto, S., Effendi, M. ud, Khilmi, M. U., Arif, M., Kamal, Pinandito, A., & Tolle, H. (2018). *Halal Culinary Tracking Application at Food Souvenirs Center Based on Analytical Hierarchy Process (AHP) Method. Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities, 25(S), 51–64.*
- Suhodo, D. S. (2015). *Sertifikasi Halal: Modal untuk Produk yang Terpercaya.* LIPI, Jakarta.
- Sukoso. (2020). *LPH dan Halal Center.* BPJPH, Jakarta.