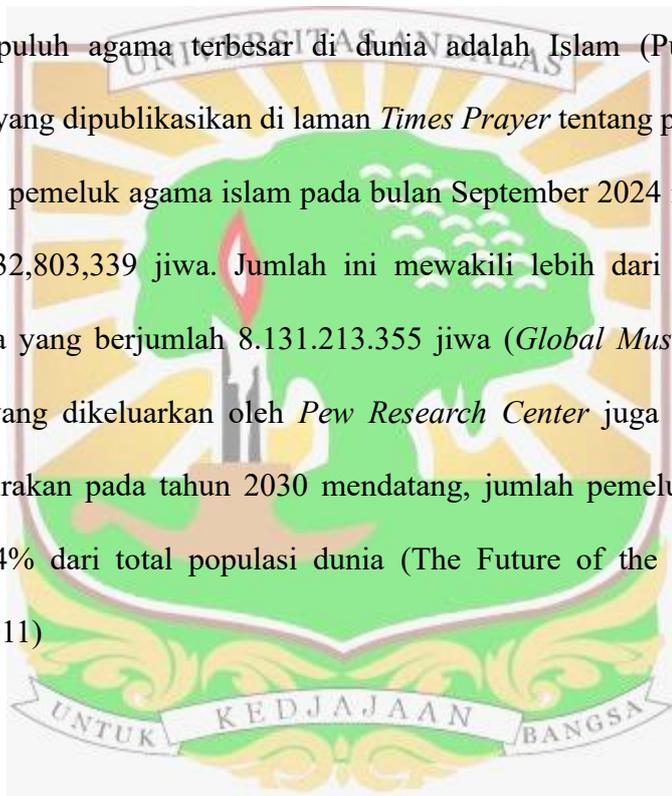


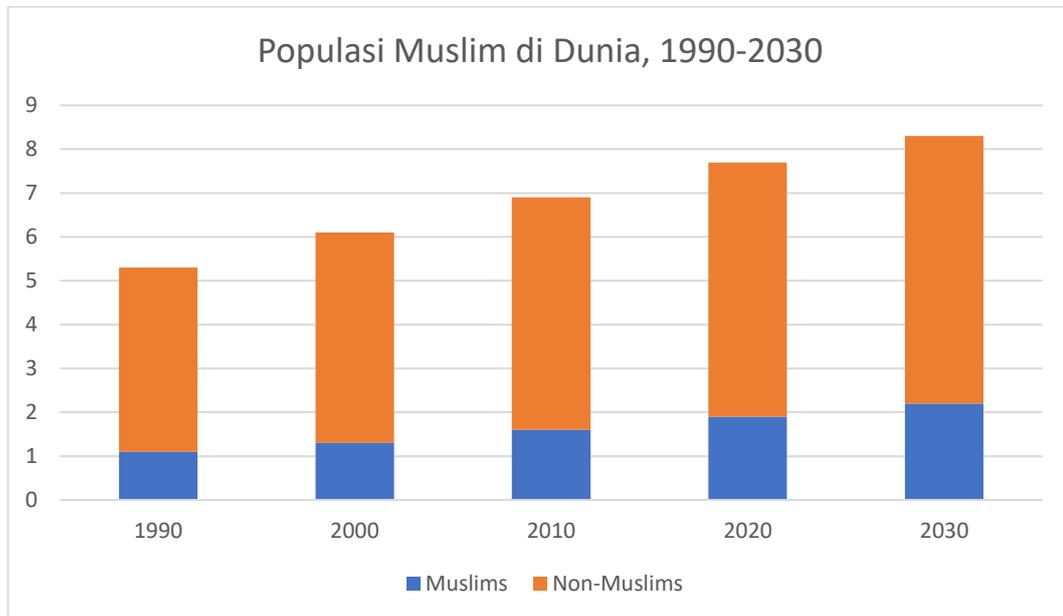
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Agama, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ialah ajaran dan sistem yang mengatur keimanan dan peribadatan kepada Tuhan Yang Mahakuasa, serta aturan tentang kehidupan manusia dengan lingkungannya. Salah satu dari setidaknya sepuluh agama terbesar di dunia adalah Islam (Purwanti, 2023). Menurut data yang dipublikasikan di laman *Times Prayer* tentang populasi Muslim global, jumlah pemeluk agama islam pada bulan September 2024 ini diperkirakan mencapai 2,032,803,339 jiwa. Jumlah ini mewakili lebih dari 25% dari total populasi dunia yang berjumlah 8.131.213.355 jiwa (*Global Muslim Population*, 2024). Data yang dikeluarkan oleh *Pew Research Center* juga mengemukakan bahwa diperkirakan pada tahun 2030 mendatang, jumlah pemeluk agama islam mencapai 26,4% dari total populasi dunia (*The Future of the Global Muslim Population*, 2011)



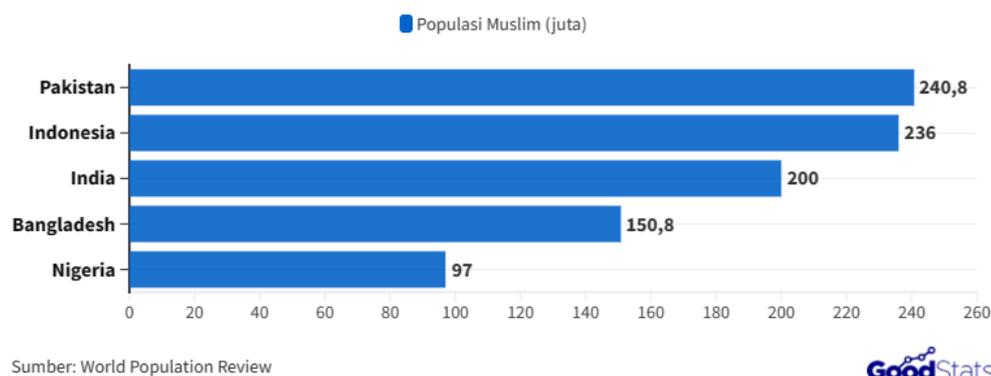


Gambar 1. Persebaran Populasi Muslim di Dunia Tahun 1990-2030

Sumber: pewresearch.org, (2011)

Melihat persebaran pemeluk agama Islam di dunia, negara Indonesia masih termasuk salah satu negara yang memiliki jumlah penganut agama Islam terbanyak. Dilansir dari data *World Population Review* yang disajikan oleh Goodstat, jumlah populasi umat Islam di Indonesia mencapai 236 juta jiwa atau setara dengan 84,35% dari total populasi negara. Hal ini membuat Indonesia berada di peringkat kedua dengan jumlah pemeluk islam terbanyak di dunia setelah negara Pakistan.

Daftar negara dengan jumlah pemeluk Islam terbanyak di dunia



Gambar 2. Daftar Negara dengan Jumlah Pemeluk Islam Terbanyak di Dunia

Sumber: Goodstat.id, (2024)

Berdasarkan data tersebut, Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk beragama Islam yang besar memiliki kebutuhan yang besar terhadap produk dan jasa yang sesuai dengan prinsip syariah. Salah satu provinsi di Indonesia yang dikenal masih kuat dalam memegang teguh tradisi dan ajaran-ajaran Islam adalah Sumatera Barat. Masyarakat di Sumatera Barat atau Minangkabau ini terkenal dengan ketaatan mengamalkan adat dan agamanya (Bukhari, 2009). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Barat, jumlah pemeluk agama Islam di Sumatera Barat hingga akhir tahun 2023 berjumlah 5.610.761 jiwa.

Hal ini juga dapat dikaitkan dengan faktor sosial budaya Minangkabau yang identik dengan ajaran Islam, seperti yang tercermin dalam filosofi adat Minangkabau, yang dikenal sebagai Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah. Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah sendiri secara sederhana dapat diartikan bahwa adat Minangkabau berlandaskan agama Islam, dan agama Islam berlandaskan Al-Qur'an (Yuhaldi, 2022). Teori dan pengajaran Islam sangat erat dengan budaya Minangkabau. Selain itu, orang-orang Minangkabau konsisten dalam mengikuti dan mematuhi peraturan adatnya (Rahmat, 2011).

Melihat kondisi tersebut, mayoritas penduduk Indonesia, khususnya di Provinsi Sumatera Barat yang mayoritas beragama Islam, menjadikan konsep halal sebagai aspek penting dalam ajaran agama mereka. Sumatera barat juga memiliki potensi pasar yang sangat besar untuk pengembangan industri halal dikarenakan banyaknya jumlah populasi muslim yang ada. Salah satu sektor penting yang didorong untuk menyediakan produk halal ialah pada sektor makanan dan minuman, terlebih karena sektor ini merupakan kebutuhan dasar manusia. Sehingga, perlu adanya perhatian kejaminan halal pada produk makanan dan minuman. Salah satu sektor yang menjadi sasaran dalam pemberian produk halal ialah para pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) penyedia makanan dan minuman.

Industri Kecil dan Menengah (IKM) merupakan industri yang bergerak dalam memproduksi barang yang diperlukan untuk kehidupan sehari-hari manusia (OnlinePajak, 2023). Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, industri kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri yang mempunyai kekayaan bersih dari Rp50 juta sampai dengan Rp500 juta, tidak termasuk tanah atau tempat usaha. Sementara Industri menengah adalah usaha produktif yang berdiri sendiri yang mempunyai kekayaan bersih lebih dari Rp500 juta hingga Rp10 miliar, tidak termasuk tanah atau tempat usaha. Sementara itu, menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha kecil dan usaha menengah dibedakan berdasarkan jumlah pekerjanya. Usaha kecil memiliki antara 5 hingga 19 orang pekerja, dan usaha menengah memiliki antara 20 hingga 99 orang pekerja.

Untuk mendukung kehalalan produk makanan dan minuman, pelaku IKM di Sumatera Barat perlu memenuhi persyaratan sertifikasi halal. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal. Undang-Undang ini mengatur bahwa produk yang masuk, diedarkan dan diperdagangkan di wilayah Indonesia harus memiliki sertifikat halal. Kewajiban memiliki sertifikasi halal juga didukung oleh Peraturan Pemerintah Nomor 39 tahun 2021 tentang penyelenggaraan bidang jaminan produk halal yang mengatur berbagai aspek terkait jaminan kehalalan produk yang beredar di Indonesia. Berdasarkan aturan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), tertulis tiga kelompok produk yang perlu tersertifikasi halal pada persyaratan sertifikasi halal tahap pertama yang berakhir pada 17 Oktober 2024. Ketiga kelompok tersebut adalah produk makanan dan minuman, kemudian bahan tambahan dan penolong pangan, serta terakhir produk hasil sembelihan dan jasa pemotongan.

Demi menjaga kualitas halal pada makanan dan minuman yang dijual, para pelaku industri diharuskan menerapkan manajemen rantai pasok halal atau *Halal Supply Chain Management* (HSCM) pada usahanya. Manajemen rantai pasok halal atau *halal supply chain management* berarti rantai pasokan yang dapat menjamin kehalalan produk halal dan menjaga integritas halal di seluruh rantai pasokan dari ladang hingga meja (*from farm to fork*) (Kurniawati & Cakravastia, 2023). Hal ini berarti mulai dari penyediaan bahan baku, transportasi, penyimpanan, hingga distribusi harus sesuai dengan ketentuan halal yang berlaku (Khan et al., 2018).

Penerapan *halal supply chain management* tidak hanya membantu produsen memenuhi kewajiban regulasi, tetapi juga memperkuat citra merek mereka di mata

konsumen yang sudah semakin sadar terhadap kehalalan produk yang mereka konsumsi. Atas dorongan permintaan dari para konsumen terkait makanan dan minuman halal serta adanya kewajiban dari pemerintah untuk memiliki sertifikasi halal, membuat para pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) perlu menerapkan manajemen rantai pasok halal pada industri mereka. Namun, perlu juga untuk memperhatikan apakah para pelaku IKM sektor makanan dan minuman tersebut sudah siap dalam menerapkan manajemen rantai pasok halal, terutama pada aktivitas pemasarannya.

Penelitian ini berfokus pada mengelompokkan kesiapan implementasi manajemen rantai pasok halal, khususnya pada aktivitas pemasaran, dari IKM sektor makanan dan minuman di Sumatera Barat. Dalam mengelompokkan kesiapan IKM makanan dan minuman tersebut, digunakan enam tingkat kesiapan. Tingkat kesiapan tersebut dapat dibagi menjadi sangat tidak siap, tidak siap, kurang siap, cukup siap, siap, dan sangat siap (Lita et al., 2023).

Dalam menjamin bahwa produk yang diproduksi dan dipasarkan oleh IKM telah memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan berdasarkan syariat Islam diperlukan peranan dari lembaga yang berwenang dalam hal tersebut. Di Indonesia, Badan Pemeriksa Produk Halal (BPJPH) adalah lembaga yang bertanggung jawab dalam memastikan produk yang dijual adalah halal. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dibentuk pada Oktober 2017 dan bergerak di bawah Kementerian Agama (Kemenag) Republik Indonesia sesuai dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). BPJPH bekerja sama dengan kementerian dan lembaga terkait seperti Lembaga Pemeriksa

Halal (LPH), Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LP3H), Majelis Ulama Indonesia (MUI), dan Komite Fatwa Produk Halal (BPJPH, 2022).

Peran lembaga sertifikasi halal (*role of halal certifying bodies*) sangatlah penting dalam membantu IKM sektor makanan dan minuman dalam memastikan bahwa keseluruhan dari proses produksi sebuah produk jual, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pembuatan, penyimpanan, hingga distribusi akhir telah memenuhi standar kehalalan (Rachman & Khokhar, 2023). Peran lembaga sertifikasi halal, seperti BPJPH, juga bertugas untuk melakukan inspeksi, audit, diskusi, dan tindakan perbaikan pada produk-produk jual sebelum akhirnya mengeluarkan sertifikasi halal yang sah (Khan et al., 2021).

Sertifikasi halal berdasarkan Pasal 1 Ayat 10 Undang-Undang Nomo 33 Tahun 2014 merupakan bentuk pengakuan kehalalan suatu produk yang diterbitkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal yang disusun oleh MUI. Sertifikasi halal merupakan jaminan kepada konsumen bahwa bahan maupun cara pengolahan produk sudah sesuai dengan ketentuan BPJH yang merujuk pada syariat-syariat islam dengan memperhatikan rantai pasok halalnya. Dengan adanya peran lembaga sertifikasi halal seharusnya dapat membantu dan mendukung para pemilik IKM sektor makanan dan minuman.

Namun, berdasarkan hasil survey awal yang dilakukan peneliti, terdapat beberapa IKM sektor makanan dan minuman di Sumatera Barat yang merasa bahwa masih kurangnya peran dari lembaga sertifikasi halal dalam membantu mereka untuk memahami dan mengurus sertifikasi halal. Peran lembaga sertifikasi halal

yang kurang dapat dirasakan oleh IKM sektor makanan dan minuman ini berdampak pada kurangnya kesiapan IKM sektor makanan dan minuman tersebut dalam penerapan manajemen rantai pasok halal. Maka dari itu, adanya peran dari lembaga sertifikasi halal (*role of halal certifying bodies*) dapat mengukur kesiapan dari pelaku IKM makanan dan minuman dalam menerapkan manajemen rantai pasok halal (HSCM).

Faktor lain yang perlu dipertimbangkan ketika menerapkan manajemen rantai pasokan halal adalah permintaan terhadap produk halal. Menurut Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, Airlangga Hartano, meningkatnya jumlah orang muslim di seluruh dunia pasti akan menyebabkan peningkatan permintaan terhadap barang dan jasa yang halal (ekon.go.id). Berdasarkan hasil penelitian (Kurniawati & Savitri, 2020), menunjukkan bahwa kesadaran halal pada konsumen di Indonesia menunjukkan angka yang tinggi dan signifikan. Djakasaputra et al., (2023) juga menyebutkan bahwa terdapat permintaan yang sangat tinggi terhadap produk halal pada konsumen di Indonesia terutama pada produk makanan dan minuman. Hal ini juga didukung berdasarkan survey awal yang dilakukan peneliti pada IKM makanan dan minuman di Sumatera Barat, dimana para pemilik IKM makanan dan minuman berpendapat bahwa konsumen mereka sudah mulai memperhatikan kehalalan pada produk makanan dan minuman.

Adanya *demand for halal product* yang tinggi dari para konsumen mendorong para pelaku IKM makanan dan minuman untuk menilai kesiapan mereka dalam memenuhi tuntutan tersebut. Berdasarkan survey awal yang

dilakukan peneliti, para pemilik IKM makanan dan minuman berpendapat bahwa tingginya permintaan konsumen akan produk bersertifikasi halal pada produk jual mereka membuat para pemilik IKM makanan dan minuman tersebut terdorong untuk meningkatkan kesiapan mereka atas hal tersebut. Berdasarkan hal tersebut, *demand for halal product* dapat menjadi indikator untuk melihat kesiapan para IKM makanan dan minuman dalam mengimplementasikan *halal supply chain management* (HSCM) dalam menjawab permintaan pasar akan produk halal tersebut.

Selain itu, produk halal dapat meningkatkan potensi ekonomi. Kementerian Keuangan Republik Indonesia (Kemenkeu) menyatakan Indonesia mempunyai potensi yang besar dalam penerapan ekonomi halal (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2023). Pernyataan ini didukung juga dengan data *Global Islamic Economy Indicator 2023*, yang menyebutkan bahwa ekonomi syariah global Indonesia berada di posisi ke-3 di dunia bersama dengan Arab Saudi dan Malaysia (Liaqat, 2023). Berdasarkan hal tersebut, maka dengan menerapkan perekonomian syariah seperti menyediakan produk halal, dapat membawa keuntungan bagi para pelaku usaha. Adanya potensi yang besar dalam penerapan ekonomi halal membuat meningkatnya *competitive pressure*, atau tekanan kompetitif, bagi para pelaku IKM makanan dan minuman. Hal ini disebabkan oleh tingginya potensi keuntungan dari penjualan produk halal, yang membuat produk tersebut lebih diminati konsumen dibandingkan dengan produk non-halal.

Menurut data hasil survey awal yang dilakukan oleh peneliti, para pelaku IKM sektor makanan dan minuman di Sumatera Barat mengaku bahwa produk halal

lebih diminati oleh konsumen dan lebih mampu bersaing di pasar dibandingkan dengan produk yang belum halal. Temuan ini juga di dukung oleh data Badan Pemeriksa Produk Halal (BPJPH) yang mengatakan bahwa sudah 99.927 produk di Sumatera Barat merupakan produk halal yang sudah bersertifikasi. Hal ini mendorong pelaku IKM makanan dan minuman untuk terpacu dalam mengembangkan produk halal agar tetap kompetitif dan memenuhi permintaan pasar yang semakin tinggi akan produk halal. Kondisi ini dapat menjadi indikator penting dalam melihat kesiapan IKM sektor makanan dan minuman untuk mengimplementasikan *Halal Supply Chain Management* (HSCM), mengingat tekanan persaingan tersebut memerlukan sistem rantai pasok yang efisien dan sesuai dengan standar halal. Khan et al., (2022) juga menyebutkan bahwa pengadopsian dan pengelolaan *Halal Supply Chain* dapat membantu bersaing di pasar yang ada. Pernyataan ini juga didukung dengan pendapat para pemilik IKM makanan dan minuman yang merasa bahwa mereka akan semakin siap dalam mengadopsi manajemen rantai pasok halal ketika terasanya tekanan persaingan (*competitive pressure*) di pasar.

Selain itu, dalam rantai pasokan halal diperlukan adanya integrasi antara mitra rantai pasokan (*integration of supply chain partners*). Komitmen antara mitra pasokan sangat penting untuk memastikan bahwa produk tersebut terjaga kehalalannya dari proses pembuatan hingga distribusi (Khan et al., 2021). Kolaborasi dan koordinasi yang baik antara mitra pasokan dilakukan untuk memastikan bahwa standar halal yang ketat dipenuhi di setiap tahap proses, dari pemilihan bahan baku sampai pada kegiatan distribusi akhir (Haleem et al., 2021).

Kepercayaan konsumen terhadap produk halal dapat dipertahankan dengan adanya komitmen dan kerja sama yang kuat antar mitra rantai pasok. Integrasi antara mitra rantai pasokan halal yang baik akan mendorong *Halal Supply Chain Management* (HSCM) yang sempurna. Hal ini dikarenakan dengan penerapan *Halal Supply Chain Management* (HSCM) membutuhkan jaminan kehalalan produk halal dan menjaga integritas halal di seluruh rantai pasokannya, mulai dari penyediaan bahan baku, transportasi, penyimpanan, hingga distribusi produk tersebut ke tangan konsumen (Khan et al., 2021).

Dengan adanya *integration of supply chain partners* yang baik, maka produk jual makanan dan minuman tersebut akan lebih terjamin kehalalannya, dikarenakan mulai dari penyediaan bahan baku, pengemasan, hingga proses pengiriman dan penyimpanan produk semuanya akan diperhatikan dan dijauhkan dari hal-hal yang membuat sebuah produk halal tersebut terkontaminasi dengan barang atau kondisi yang menjadikannya haram sesuai syariat agama Islam (Hasan, 2021). Menurut survey awal, para pelaku IKM makanan dan minuman berpendapat bahwa kurangnya koordinasi dan integrasi yang baik antar mitra rantai pasokan dapat membuat mereka tidak siap dalam menerapkan manajemen rantai pasok halal yang baik. Oleh sebab itu, para pelaku IKM makanan dan minuman akan dinilai siap untuk menerapkan *Halal Supply Chain Management* (HSCM) dalam usaha apabila siap memiliki integrasi antara mitra rantai pasokan yang baik.

Untuk mencapai keuntungan dan keberhasilan yang diinginkan, operasi bisnis dalam IKM sektor makanan dan minuman tidak hanya terbatas pada proses produksi. Strategi pemasaran juga harus dirancang dan dipertimbangkan dengan

cermat, terutama dalam industri halal. Dalam memproduksi dan menjual produk halal, strategi pemasaran harus dioptimalkan untuk mematuhi prinsip-prinsip perdagangan halal. Demi menjaga kepuasan pelanggan dan meningkatkan keuntungan, proses pemasaran haruslah sejalan dengan prinsip-prinsip syariah (Yaakob et al., 2020). Penerapan manajemen rantai pasokan halal (HSCM) membutuhkan strategi pemasaran yang sesuai. Untuk menerapkan pemasaran halal, pelaku IKM makanan dan minuman membutuhkan ketaatan teguh pada etika dalam pemasaran dan penjualan produk Halal (Khan et al., 2021). Pemberian logo halal pada produk jual menjadi salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan sektor makanan minuman sebagai alat pemasaran (Fuseini et al., 2020). Hal ini juga sesuai dengan hasil penemuan peneliti pada survey awal oleh IKM makanan dan minuman di Sumatera Barat, yang dimana mereka mengaku bahwa dengan menempelkan logo halal pada produk mereka dapat digunakan sebagai *branding* dan meningkatkan nilai jual produk tersebut dimata konsumen muslim, sehingga membuat mereka merasa lebih siap dalam penerapan manajemen rantai pasok halal. Selain itu, pemasaran halal juga harus memperhatikan *pricing strategy*, seperti pemberian harga yang adil dan sesuai dengan kualitas, serta melakukan promosi yang jujur dan tidak dibelih-lebihkan (Syafri & Hadziq, 2021a). Atas dasar tersebut, IKM makanan dan minuman memerlukan kesiapan dalam menerapkan *halal marketing* dalam proses bisnisnya. Ini penting dikarenakan *halal marketing* juga dipertimbangkan dalam melihat kesiapan penerapan *halal supply chain management* (HSCM).

Berdasarkan faktor-faktor yang telah diuraikan, penelitian ini memfokuskan pada kesiapan manajemen rantai pasok halal dalam menjalankan aktivitas pemasarannya. Penelitian ini menawarkan perspektif baru dibandingkan dengan studi-studi sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk melakukan evaluasi manajemen rantai pasokan halal dengan menggunakan analisis kluster untuk mengelompokkan kesiapan IKM makanan dan minuman dalam menerapkan aktivitas pemasaran mereka dalam *Halal Supply Chain Management* (HSCM). Dalam kaitannya dengan latar belakang penelitian ini, maka akan dilakukan penelitian dengan judul **“Analisis Klater Aktivitas Pemasaran Pada Manajemen Rantai Pasok Halal (Studi Pada IKM Makanan dan Minuman di Sumatera Barat)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana kluster/ pengelompokkan kesiapan IKM sektor makanan dan minuman di Sumatera Barat berdasarkan aktivitas pemasaran pada manajemen rantai pasok Halal?

1.3 Tinjauan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas maka dapat dikemukakan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kluster/ pengelompokkan kesiapan

IKM sektor makanan dan minuman di Sumatera Barat berdasarkan aktivitas pemasaran pada manajemen rantai pasok Halal

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi ataupun manfaat bagi berbagai pihak:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis pada penelitian ini adalah dapat memperoleh pemahaman lebih mengenai tingkat kesiapan IKM makanan dan minuman berdasarkan aktifitas pemasarannya pada penerapan manajemen rantai pasok halal menggunakan analisis kluster. Manfaat teoritis lainnya yaitu sebagai referensi dan bahan acuan terhadap penelitian selanjutnya dengan konsep serupa.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini adalah dapat memberikan informasi kepada para pelaku IKM makanan dan minuman terkait kondisi kesiapan mereka dalam mengadopsi manajemen rantai pasok halal yang baik berdasarkan aktivitas pemasarannya. Manfaat lainnya ialah, penelitian ini dapat memberikan informasi berharga kepada pembuat kebijakan, lembaga pemerintah, dan organisasi non-pemerintah tentang kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh IKM makanan dan minuman dalam menerapkan manajemen rantai pasok halal. Sehingga dapat digunakan sebagai referensi dalam membuat kebijakan terkait kedepannya.

1,4 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk melakukan analisis cluster IKM makanan dan minuman halal pada aktivitas pemasaran dalam implementasi manajemen rantai pasok Halal. Analisis klaster dilakukan untuk mengelompokkan kesiapan penerapan manajemen rantai pasok halal. Subjek penelitian ini merupakan IKM yang telah mendapatkan sertifikasi halal yang beroperasi pada sektor makanan dan minuman di Sumatera Barat.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada pembahasan dan analisis penelitian ini terbagi menjadi lima bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

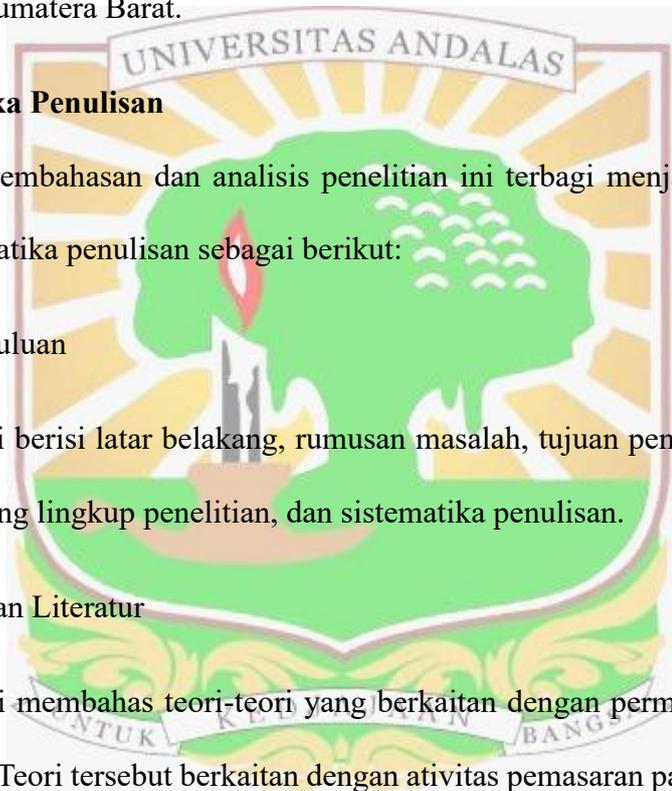
Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II: Tinjauan Literatur

Bab ini membahas teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini. Teori tersebut berkaitan dengan aktivitas pemasaran pada *halal supply chain management* serta berisikan tentang penelitian terdahulu yang relevan.

Bab III: Metode Penelitian

Bab ini berisi penjelasan tentang metode yang akan digunakan dalam melaksanakan penelitian ini berupa variabel penelitian dan definisi operasional,



penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis data.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini menyajikan karakteristik responden, hasil dari pengolahan data, serta pembahasan dari temuan penelitian.

BAB V: Penutup

Bab terakhir ini memuat kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

