

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa dekade terakhir permintaan terhadap produk halal mengalami pertumbuhan yang signifikan di tingkat global. Produk halal tidak lagi dipahami semata sebagai kebutuhan religius umat Islam, tetapi juga sebagai simbol kualitas, keamanan, dan standar produksi yang terpercaya. Data dari *Global Islamic Economy Report 2025* konsumen Muslim di seluruh dunia menghabiskan sekitar USD 2,43 triliun untuk produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip halal, termasuk makanan, pakaian, farmasi, kosmetik, dan pariwisata. Proyeksi laporan ini memperkirakan bahwa pengeluaran global untuk produk makanan dan minuman halal akan meningkat dari sekitar USD 1,43 triliun pada 2023 menjadi USD 1,94 triliun pada tahun 2028 (DinarStandard, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa sektor makanan dan minuman halal memiliki nilai ekonomi yang terus meningkat setiap tahunnya. Fenomena ini menegaskan bahwa halal telah berkembang menjadi bagian dari sistem ekonomi global yang kompetitif.

Pertumbuhan industri halal global tersebut memberikan peluang besar bagi negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim, termasuk Indonesia. Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, dengan lebih dari 249.818.873 juta jiwa atau sekitar 87,13% dari total populasi.

Tabel 1.1
Jumlah dan Presentase Agama Masyarakat Indonesia

No	Agama	Persentase
1	Islam	87,13%
2	Kristen	7,36%
3	Katolik	3,07%
4	Hindu	1,66%
5	Budha	0,7%
6	Khong Hu Cu	0,03%

Sumber: Sensus Penduduk 2025 BPS Indonesia

Angka pada tabel di atas menegaskan dominasi agama Islam di Indonesia. Dengan lebih dari 87% penduduk yang beragama Islam, permintaan untuk produk yang sesuai dengan standar halal sangat besar. Fenomena ini berkaitan erat dengan perkembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. UMKM merupakan sektor yang memiliki kontribusi sangat besar terhadap perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 64 juta unit usaha atau sekitar 99,99% dari total unit usaha nasional. Selain itu, UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia, sehingga menjadi tulang punggung perekonomian nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024). Dominasi UMKM di sektor makanan dan minuman menjadikan isu kehalalan produk menjadi sangat penting, karena produk ini dikonsumsi langsung oleh masyarakat sehingga aspek kehalalan, keamanan, dan kualitas menjadi perhatian utama konsumen Muslim.

Selanjutnya, data dari Kalimantan Selatan memperlihatkan hal serupa. Provinsi ini memiliki angka yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata nasional dalam hal jumlah penduduk muslim.

Tabel 1.2
Jumlah Dan Presentase Agama Masyarakat Kalimantan Selatan

No	Agama	Jumlah/Total	Persentase
1	Islam	4.139.240	97,02
2	Protestan	57.174	1,34
3	Katolik	23.970	0,56
4	Hindu	24.398	0,57
5	Budha	12.156	0,28
6	Khong Hu Cu	189	0,00

Sumber: Sensus Penduduk 2024 BPS Indonesia

Dengan 97,02% dari 4.139.240 jiwa penduduk Kalimantan Selatan beragama Islam, proporsi ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan angka nasional (Statistik, 2024). Selain jumlah penduduk Muslim yang tinggi, perkembangan UMKM di Kalimantan Selatan juga menunjukkan angka yang cukup besar. Berdasarkan Basis Data Tunggal UMKM yang dikelola Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Kalimantan Selatan tahun 2024, tercatat 507.230 usaha mikro, 2.201 usaha kecil, dan 335 usaha menengah, sehingga total UMKM mencapai sekitar 509.766 unit usaha (Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Kalimantan Selatan, 2024). Hal ini menunjukkan peran strategis UMKM dalam menggerakkan perekonomian daerah serta menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat.

Kota Banjarmasin sebagai ibu kota provinsi dan pusat aktivitas ekonomi juga memiliki jumlah pelaku UMKM yang signifikan, yaitu sekitar 51.686 pelaku usaha yang bergerak di sektor perdagangan, jasa, serta makanan dan minuman (Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Kalimantan Selatan, 2025). Kota ini juga memiliki mayoritas penduduk Muslim, hampir 95% dari 654.321 jiwa, sehingga kebutuhan untuk menjamin kehalalan produk sangat tinggi.

Tabel 1.3
Jumlah dan Persentase Agama Masyarakat Banjarmasin

No	Agama	Jumlah/Total	Persentase
1	Islam	654.321	95,00
2	Protestan	20.000	2,90
3	Katolik	10.000	1,45
4	Hindu	2.500	0,36
5	Budha	1.500	0,22

Sumber: Sensus Penduduk 2023 BPS Kota Banjarmasin

Dengan proporsi penduduk muslim yang sangat dominan di Indonesia, Kalimantan Selatan, dan Banjarmasin, kebutuhan untuk menjamin kehalalan produk yang beredar di pasar menjadi semakin jelas. Hal ini menjadikan sertifikasi halal sebagai instrumen yang penting untuk memastikan kualitas dan kepercayaan konsumen.

Dalam perspektif Islam sendiri, konsumsi produk halal memiliki dasar normatif yang kuat. Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Baqarah[2]:168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata”. (Kementrian Agama, 2021:34)

Ayat ini menegaskan bahwa kehalalan tidak hanya berkaitan dengan aspek hukum, tetapi juga kualitas, keamanan, dan kebaikan produk. Oleh karena itu, jaminan kehalalan melalui sertifikasi menjadi bagian penting dalam memberikan rasa aman dan membangun kepercayaan konsumen Muslim.

Dalam konteks pemasaran modern, sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi atau tuntutan agama, tetapi juga menjadi simbol kepercayaan (*brand trust*) bagi konsumen Muslim yang sangat mempertimbangkan aspek kehalalan dalam keputusan pembelian. Kejelasan status

halal suatu produk dapat menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas dan preferensi pasar, baik di tingkat lokal maupun internasional (Laila & Alim, 2023). Oleh karena itu, keberhasilan implementasi sertifikasi halal, termasuk melalui program *self declare*, sangat bergantung pada persepsi publik terhadap integritas dan konsistensi pelaku usaha dalam menerapkan prinsip halal secara menyeluruh dalam proses produksinya.

Untuk menjamin pelaksanaan sertifikasi halal, pemerintah membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai lembaga yang bertanggung jawab dalam penyelenggaraan jaminan produk halal. Salah satu inovasi kebijakan yang diperkenalkan adalah program sertifikasi halal melalui skema *self declare*, yang ditujukan khusus bagi pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK). Skema ini memberikan kemudahan akses melalui mekanisme pernyataan mandiri dengan pendampingan, sehingga diharapkan mampu mempercepat peningkatan jumlah produk bersertifikat halal. (BPJPH, 2023).

Penelitian akademik juga menegaskan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen Muslim dan keputusan pembelian, sementara produk tanpa label halal cenderung diragukan (Arida, Sholihin & Al-Amin, 2025). Selain itu, sertifikasi halal berimplikasi terhadap daya saing usaha. Laporan Dinas Perdagangan Provinsi Kalimantan Selatan (2024) menunjukkan bahwa UMKM bersertifikat halal mengalami peningkatan omzet rata-rata 30% dibandingkan yang belum bersertifikat halal. Hal ini menegaskan bahwa sertifikasi halal tidak hanya tuntutan religius, tetapi juga faktor strategis dalam memperluas pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Kondisi ini menjadi semakin relevan di Kota Banjarmasin, yang didominasi oleh UMKM sektor makanan dan minuman serta masyarakat mayoritas Muslim. Tingginya kebutuhan terhadap produk halal menjadikan jaminan kehalalan sebagai faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Di sisi lain, persaingan usaha yang semakin ketat juga menuntut pelaku UMKM untuk memiliki keunggulan agar mampu bertahan dan berkembang.

Berdasarkan hasil komunikasi awal dengan beberapa pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Banjarmasin, diketahui bahwa tingkat kepercayaan konsumen masih menjadi salah satu tantangan dalam meningkatkan penjualan produk. Selain itu, pelaku usaha juga menghadapi kendala dalam meningkatkan daya saing, baik dari segi kualitas, pemasaran, maupun nilai tambah produk.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM belum sepenuhnya kuat, sementara daya saing usaha juga masih perlu ditingkatkan. Dalam hal ini, sertifikasi halal, termasuk melalui program *self declare*, dipandang sebagai salah satu upaya yang dapat memberikan jaminan kehalalan produk sekaligus mendukung peningkatan kepercayaan konsumen. Namun demikian, belum diketahui secara pasti sejauh mana sertifikasi halal tersebut berperan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing UMKM, khususnya pada sektor makanan dan minuman di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan permasalahan tersebut, muncul pertanyaan mengenai bagaimana peran sertifikasi halal program *self declare* dalam memengaruhi kepercayaan konsumen dan daya saing UMKM di Kota Banjarmasin. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam sebuah

karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul: Analisis Sertifikasi Halal Program *Self Declare* terhadap Kepercayaan Konsumen dan Daya Saing UMKM Pada Sektor Makanan dan Minuman di Kota Banjarmasin.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis merumuskan beberapa permasalahan yang akan menjadi pokok dari pembahasan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan sertifikasi halal program *self declare* dalam menumbuhkan kepercayaan konsumen pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor makanan dan minuman di Kota Banjarmasin?
2. Bagaimana penerapan sertifikasi halal melalui program *self declare* berdampak pada daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor makanan dan minuman di Kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, tentulah ada tujuan yang hendak dicapai oleh penulis. Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis penerapan sertifikasi halal program *self declare* dalam menumbuhkan kepercayaan konsumen pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor makanan dan minuman di Kota Banjarmasin.
2. Untuk menganalisis dampak sertifikasi halal melalui program *self declare* terhadap daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor makanan dan minuman di Kota Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) khususnya dalam konteks sertifikasi halal dengan pendekatan *self declare* yang menjadi terobosan kebijakan dalam sistem jaminan produk halal di Indonesia. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur yang mengkaji keterkaitan antara sertifikasi halal, kepercayaan konsumen, dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama pada sektor makanan dan minuman yang sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat urban di daerah seperti Kota Banjarmasin.

Hasil temuan dari studi ini juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi syariah dan manajemen halal, dengan menunjukkan bagaimana implementasi program *self declare* dapat memengaruhi persepsi dan tingkat kepercayaan konsumen muslim terhadap produk lokal. Penelitian ini memberikan gambaran empiris yang dapat mendukung pemahaman teoretis mengenai pengaruh legitimasi kehalalan terhadap keunggulan kompetitif Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di tingkat daerah.

Penelitian ini juga membuka peluang bagi pengembangan teori baru yang mengintegrasikan prinsip-prinsip halal, nilai kepercayaan konsumen, serta strategi peningkatan daya saing usaha kecil dalam kerangka ekonomi berbasis syariah. Implikasi teoretis dari kajian ini juga dapat menjadi landasan bagi

studi-studi selanjutnya yang berfokus pada efektivitas kebijakan publik dalam membentuk ekosistem usaha halal yang berkelanjutan di tingkat lokal maupun nasional.

2. Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat langsung bagi beberapa pihak, antara lain:

- a. Bagi Konsumen Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Banjarmasin

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada konsumen mengenai pentingnya sertifikasi halal, khususnya melalui skema *self declare* sebagai indikator kepercayaan terhadap produk yang dikonsumsi. Hasil penelitian ini juga dapat meningkatkan kesadaran konsumen muslim akan pentingnya memilih produk yang telah terjamin kehalalannya sehingga mendukung terciptanya pola konsumsi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

- b. Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Banjarmasin

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan evaluasi bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terkait efektivitas sertifikasi halal *self declare* dalam meningkatkan citra usaha dan daya saing produk. Hasil temuan dapat mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk lebih proaktif dalam melakukan sertifikasi halal sebagai bagian dari strategi bisnis

yang tidak hanya memenuhi aspek kepatuhan syariah, tetapi juga membangun kepercayaan pasar yang lebih luas.

c. Bagi pemerintah dan lembaga terkait

Penelitian ini dapat menjadi masukan dalam merumuskan kebijakan dan strategi pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya dalam memperkuat pelaksanaan program sertifikasi halal *self declare*. Pemerintah daerah dan lembaga pendukung seperti Halal Center dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk mengembangkan program pendampingan dan sosialisasi yang lebih efektif, sehingga mendorong pertumbuhan ekosistem Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) halal yang berdaya saing dan berkelanjutan di tingkat lokal.

E. Definisi Operasional

1. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal adalah proses untuk mendapatkan sertifikat halal dengan melalui beberapa tahapan pemeriksaan untuk membuktikan bahwa bahan baku, proses produksi, dan sistem jaminan halal produk pada suatu perusahaan sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan (Faridah, 2022). sertifikasi halal merupakan jaminan tertulis yang dikeluarkan oleh lembaga berwenang terhadap produk yang telah melalui proses audit dan dinyatakan sesuai dengan syariat Islam.

Dalam penelitian ini, sertifikasi halal merujuk pada pengakuan halal yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) melalui mekanisme *self declare*. Penelitian ini mengkaji peran sertifikasi tersebut dalam membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) makanan dan minuman di Kota Banjarmasin.

2. *Self Declare*

Self declare merupakan pernyataan produk halal dari pelaku usaha berdasarkan pemahaman mereka sendiri serta kepatuhan terhadap persyaratan produk halal, sehingga mengurangi beban birokrasi dan biaya yang berkaitan dengan proses sertifikasi halal (Laila & Alim, 2023). Dalam penelitian ini *self declare* menjadi objek utama kajian yang dianalisis dari perspektif efektivitasnya dalam mendorong Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memperoleh sertifikasi halal secara lebih mudah dan cepat. Penelitian ini melihat bagaimana model *self declare* memengaruhi kepercayaan konsumen dan kontribusinya dalam mendukung daya saing pelaku usaha kecil di Banjarmasin.

3. Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan adalah bangunan dasar dari bisnis, suatu transaksi bisnis yang melibatkan dua pihak atau lebih akan terjadi jika setiap pihak saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh mitra bisnis/konsumen, melainkan harus dibangun dari awal dan dapat dibuktikan (Hidayah et al., 2022).

Dalam penelitian ini kepercayaan konsumen diartikan sebagai persepsi positif konsumen terhadap produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bersertifikat halal *self declare*, baik dari aspek kehalalan, kebersihan, maupun kesesuaian syariah. Penelitian ini mengukur sejauh mana program *self declare* dapat membangun kepercayaan tersebut di kalangan konsumen muslim di Banjarmasin.

4. Daya Saing

Daya saing menjadi kunci keberhasilan yang harus dimiliki setiap negara, industri dan perusahaan agar bisa bertahan atau bahkan unggul dalam lingkungan yang kompetitif. (Hidayah et al., 2022). Dalam penelitian ini daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dilihat dari bagaimana sertifikasi halal *self declare* memberikan nilai tambah terhadap produk, meningkatkan kepercayaan pasar, dan memperluas akses ke segmen konsumen yang mengutamakan kehalalan. Penelitian menyoroti dampak langsung sertifikasi terhadap posisi kompetitif Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) makanan dan minuman di pasar lokal Banjarmasin.

5. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dikelompokkan berdasarkan jenis usahanya, yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah (Sinaga et al., 2024).

Dalam penelitian ini Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi fokus adalah pelaku usaha di sektor makanan dan minuman di Kota Banjarmasin. Penelitian ini mengkaji bagaimana mereka merespons dan memanfaatkan program sertifikasi halal *self declare* dalam upaya membangun kepercayaan konsumen dan memperkuat posisi mereka di pasar.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proposal penelitian ini disusun dengan memberikan gambarana yang jelas mengenai struktur dan isi dari penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah sistematika penulisan proposal ini

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah yang mendasari pentingnya penelitian dilakukan, rumusan masalah yang menjadi fokus kajian, tujuan penelitian, signifikansi penelitian baik secara teoritis maupun praktis, definisi operasional yang menjelaskan konsep-konsep utama dalam penelitian, serta sistematika penulisan dari proposal ini.

2. Bab II Landasan Teori

Bab ini menyajikan kajian teori dan konsep yang relevan dengan topik penelitian, antara lain mengenai sertifikasi halal, *program self declare*, kepercayaan konsumen, dan daya saing UMKM. Selain itu, dalam bab ini juga dikaji penelitian-penelitian terdahulu yang relevan

serta kerangka berpikir yang menggambarkan alur logis hubungan antar variabel dalam penelitian.

3. Bab III Metode Penelitian

Bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan, meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data. Bab ini bertujuan untuk menunjukkan bagaimana data dikumpulkan dan dianalisis untuk menjawab rumusan masalah.