

PAPER NAME

jurnal 11.docx

AUTHOR

Nikmatul Masruroh

WORD COUNT

3929 Words

CHARACTER COUNT

26092 Characters

PAGE COUNT

17 Pages

FILE SIZE

469.1KB

SUBMISSION DATE

Jan 19, 2023 11:39 AM GMT+7

REPORT DATE

Jan 19, 2023 11:40 AM GMT+7

● 13% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 10% Internet database
- 4% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 7% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Cited material
- Manually excluded sources

GERAK KUASA NEGARA DALAM PERDAGANGAN KOMODITAS BERSERTIFIKAT HALAL DI INDONESIA

Nikmatul Masruroh
Dosen FEBI UIN KHAS Jember
Email: nikmatul.masruroh82@gmail.com

Ahmad Fadli
Dosen UNIPAR Jember
Email: fadlimangli@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan, *pertama* menganalisis model perdagangan komoditas bersertifikasi halal yang terjadi di Indonesia, baik skala lokal, nasional maupun internasional. *Kedua*, melakukan analisis kritis pada keterlibatan negara dalam perdagangan komoditas bersertifikat halal dengan melihat sisi kelembagaan. Persoalan kelembagaan sertifikasi halal yang belum tuntas, sehingga berujung belum terlaksananya sertifikasi halal secara massif.

Tujuan penelitian tersebut dicapai dengan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Jenis penelitian ini digunakan untuk melakukan studi kritis pada fenomena sertifikasi halal yang terjadi di Indonesia. Kehadiran kewajiban sertifikasi halal di Indonesia berbeda dengan di negara lain. Kewajiban komoditas harus memiliki sertifikat halal menimbulkan berbagai gejolak baik dari sisi *demand* maupun *supply*, sehingga menjadi fenomena yang harus dianalisis. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, studi dokumen, studi media serta *Small Group Discussion* (SGD). Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis kritis dan analisis kelembagaan dari sisi modal sosial, *transaction cost* dan dari sisi keagenan.

Penelitian ini menghasilkan temuan, *pertama* model perdagangan komoditas bersertifikat halal di Indonesia harus diidentifikasi dari skala, jenis komoditas, serta religiusitas konsumen. *Kedua*, kewajiban sertifikasi halal di Indonesia ditangani oleh pemerintah melalui BPJPH, namun sejak pengesahan UU JPH No.33 tahun 2014, gerakan sertifikasi halal produk belum maksimal, serta literasi produsen khususnya UMKM masih tergolong rendah. Peralihan sertifikasi halal dari MUI ke BPJPH ternyata belum mampu meretas tingginya *opportunity cost* yang harus dikeluarkan oleh produsen. Persoalan *trust* kelembagaan masih muncul, sehingga gerak kuasa yang dilakukan pemerintah menjadikan perdagangan komoditas bersertifikasi halal menjadi tidak efisien dari sisi biaya.

Kata Kunci: gerak kuasa, komoditas, sertifikasi halal

PENDAHULUAN

Perdagangan komoditas bersertifikat halal di dunia bisnis bukan merupakan hal yang baru. “Halal” yang berawal dari persoalan agama telah bergeser menjadi persoalan pasar, sebab sertifikasi halal dijadikan salah satu persyaratan bagi produk yang akan beredar baik dalam skala dalam negeri maupun skala internasional.¹ Indonesia sendiri sebagai negara yang berkembang, pada tahun 2022 akan menjadi tuan rumah G 20, serta mencanangkan menjadi Pusat Produsen Halal Dunia tahun 2024, ternyata saat ini belum mampu merubah posisi Indonesia menjadi pemain utama dalam industri halal dunia.

Berdasarkan laporan Global Islamic Economy Indicator, pada tahun 2022 Indonesia masih menempati posisi ke 4 dunia untuk industri halal. Posisi yang sama dengan tahun sebelumnya. Namun, di sisi *halal food*, Indonesia sudah masuk pada posisi kedua. Berikut laporan lengkap dari GIE tahun 2021/2022:

Tabel 1.1 Kondisi Existing Industri Halal Indonesia

No	Islamic Finance	Halal Food	Muslim – Friendly Travel	Modest Fashion	Pharma and Cosmetics	Media and Recreation
1	Malaysia	Malaysia	Malaysia	UAE	Singapura	Malaysia
2	Saudi Arabia	Indonesia	Singapura	Turki	Malaysia	Singapura
3	Bahrain	Turki	Turki	Indonesia	Belanda	UAE
4	Kuwait	Russia	Bahrain	China	Belgia	China
5	UAE	UAE	UAE	Spanyol	Prancis	Turki
6	Indonesia	Kazakhstan	Tunisia	Italia	Mesir	UK
7	Iran	Singapura	Saudi Arabia	Singapura	Turki	Belanda
8	Oman	Saudi Arabia	Kuwait	Perancis	UAE	Belgia
9	Qatar	Afrika Selatan	Kazakhstan	Malaysia	Indonesia	Jerman
10	Jordan	Australia	Maroko	Jerman	UK	United States

Sumber: Laporan GIE 2021/2022

¹ Nikmatul Masruroh, “The Competitiveness of Indonesian Halal Food Exports Global Market Competition Industry”, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.11, No.1 (2020)

Data¹⁷ tersebut menunjukkan, bahwa posisi Indonesia meskipun masih sama dengan posisi tahun sebelumnya, namun mengalami perubahan pada sektor *halal food*. Sektor *halal food* di Indonesia, mulai menerapkan kewajiban sertifikasi halal sejak 19 Oktober 2019. Batasan toleransi bagi produk makanan yang belum tersertifikasi halal sampai tahun 2024. Pemberlakuan ini seiring dengan perubahan kelembagaan sertifikasi halal yang ada di Indonesia. Hal tersebut berakibat pada kewajiban²⁶ sertifikasi halal yang awalnya bersifat *voluntary* menjadi *mandatory*, artinya sudah bukan gerakan sosial lagi, tetapi memang kewajiban pemilik usaha dalam pemenuhan regulasi perdagangan yang dicanangkan oleh pemerintah.²

Produk bersertifikasi halal di Indonesia menjadi komoditas perdagangan yang dicari oleh konsumen, karena merunut kesejarahannya kehadiran sertifikasi halal yang ditangani oleh LPPOM MUI berawal dari desakan konsumen yang resah dengan kehadiran produk yang tidak mampu menjamin kehalalan, keamanan dan kesehatannya. Sehingga, diperlukan sertifikasi halal. Namun, pada waktu itu. Sertifikasi halal masih menjadi gerakan yang sporadis, sehingga Indonesia meskipun memiliki konsumen muslim tertinggi di dunia namun belum mampu menjadi pemenang pasar dalam industri halal. Ada kegagalan pasar, dalam persoalan jaminan mutu produk di Indonesia.

Maka, sejak diundangkan UU No. 33 tahun 2014, harus ada perubahan kelembagaan untuk mengatur kehalalan suatu produk. Sehingga, beralihlah wewenang²⁵ MUI kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Peralihan ini ternyata masih menyisakan berbagai persoalan dalam mewajibkan sertifikasi halal bagi pelaku usaha di Indonesia yang cenderung multikultural. Sehingga artikel ini bertujuan *pertama* menganalisis model perdagangan komoditas bersertifikasi halal yang terjadi di Indonesia, baik skala lokal, nasional maupun internasional. *Kedua*, melakukan analisis kritis pada keterlibatan negara dalam perdagangan komoditas bersertifikat halal dengan melihat sisi kelembagaan.

² A. Hamid et.al,⁵ “Potency and Prospect of Halal Market in Global Industry: An Empirical Analysis of Indonesia and United Kingdom”, *Journal of Islamic Marketing*, Vol.5, No.02 (2019), 54-63

LITERATUR REVIEW

Kajian mengenai tentang sertifikasi halal telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu, terutama dalam hal perdagangan. Sebab memang, “halal” yang berawal dari persoalan agama bergeser menjadi persoalan pasar dan negara terlibat di dalamnya. Hubungan negara dan pasar ini menjadi kajian yang tidak pernah usai dari waktu-waktu. Perdagangan yang murni persoalan pasar sejak beralih ke madzhab neo klasik akhirnya berubah menjadi persoalan negara. Negara melakukan intervensi pada persoalan kegagalan pasar yang terjadi. Seperti pada masalah “sertifikasi halal”. Pada permasalahan ini, pasar sudah mengalami kegagalan dalam memberikan jaminan mutu, keamanan dan kesehatan bagi konsumen. Sehingga, timbul ketidakpercayaan konsumen pada produsen. Pasar menghadirkan perilaku *moral hazard* yang dilakukan produsen, ada praktek *tadlis*, praktek *taghrir*, bahkan praktek *ihtikar* yang sangat merugikan masyarakat.

Dalam konteks tersebut, negara hadir untuk melakukan perlindungan bagi konsumen baik secara struktural maupun kelembagaan. Sehingga, *laissez faire* yang diidekan oleh Adam Smith tidak bisa berjalan efektif. Negara harus selalu hadir dalam proses perdagangan yang terjadi untuk memberikan jaminan baik secara produk maupun secara kelembagaan bagi konsumen maupun bagi produsen. Tentu saja, konsep keterlibatan negara dalam perdagangan ini menjadi persoalan yang tidak pernah tuntas dalam kajian, baik kajian ekonomi maupun politik.

Gerak Kuasa Negara Dalam Pasar

Sebuah ²¹ negara akan memperoleh keuntungan jika melakukan perdagangan internasional, keuntungan tersebut biasa disebut dengan *the gains of trade*. Dalam perjalanan kajian tentang keterlibatan negara dalam perdagangan terus mengalami perubahan. Setiap negara memiliki orientasi *profit* untuk menambah pendapatan negaranya. Maka perdagangan internasional menjadi sarana dalam memperoleh *profit* atau *gains*. Menurut Thomas Munn, salah seorang tokoh kaum merkantilis menyatakan ³¹ bahwa “sebuah negara akan memperoleh keuntungan lebih besar jika ekspornya lebih tinggi daripada impor dilakukan”.³

³ Dominick Salvatore, *International Economic* (Wiley, 2015), 90

Pernyataan tersebut memberikan indikasi bahwa kekayaan negara tergantung dari pendapatan luar negeri yang didapatkan dan kekayaan tersebut diwujudkan dalam bentuk emas dan perak. Kaum merkantilis mempertegas bahwa kekayaan sebuah negara ditentukan oleh simpanan emas dan perak yang dimiliki. Pemikiran tentang keharusan negara melakukan perdagangan didukung oleh Adam Smith (1726-1790). Adam Smith sepakat dengan pemikiran kaum merkantilis bahwa ekspor akan memberikan keuntungan, namun Smith tidak sepakat kekayaan negara ditentukan oleh simpanan emas dan perak. Menurut Smith kekayaan negara ditentukan oleh sumber daya alam sebuah negara yang dimiliki dan tidak dimiliki oleh negara lain. Keuntungan dalam perdagangan bisa diperoleh oleh sebuah negara jika produk yang dihasilkan hanya dimiliki oleh negara tersebut secara mutlak dengan tingkat yang lebih murah daripada negara lain.

Selanjutnya³² Adam Smith melalui *The Wealth of Nation* menyatakan bahwa perdagangan yang terjadi antar negara tidak perlu melibatkan pemerintah. Pemerintah hanya akan membuat pasar menjadi tidak efisien. Pendapat ini bertentangan dengan pendapat kaum merkantilis yang menempatkan negara di atas kepentingan-kepentingan individu. Namun, dalam teori perdagangan kedua pemikiran ini memiliki kesamaan dalam dasar analisisnya, yaitu negara.

Teori Adam Smith melahirkan sistem pasar bebas dalam perekonomian, yakni model pasar yang tidak melibatkan campur tangan pemerintah dalam mekanismenya. Mekanisme pasar harus berjalan sesuai permintaan dan penawaran. Pemikiran ini dilanjutkan oleh David Ricardo melalui teorinya mengenai *comparative advantage* (keuntungan komparatif). Teori ini menyatakan dalam melakukan produksi perlu dilakukan spesialisasi agar perdagangan lebih efisien. Pemikiran ini yang membedakan antara pemikiran¹⁴ Adam Smith dan David Ricardo dalam perdagangan.¹⁴ Kelebihan produksi atas kebutuhan dapat diperdagangkan. Pemikiran Ricardo ini lebih luas daripada pemikiran Adam Smith. Jika *absolute advantage* mengharuskan ada kelebihan sumber daya alam pada suatu negara, maka pada teori *comparative advantage* yang bersifat relatif ini sumber daya alam tidak menentukan negara memperoleh keuntungan, tapi efisiensi dalam pengolahan. Negara yang paling efisien dalam pengelolaan, maka negara tersebut yang paling banyak memperoleh keuntungan.⁴

¹¹ Mark Skousen, *The Making of Modern Economics: The Lives Ideas of Great Thinkers* (2011), 47

Berdasarkan teori *comparative advantage*,³⁶ Ricardo dianggap sebagai arsitek perdagangan bebas. Pemikirannya telah mempengaruhi gerakan anti *corn law* tahun 1920-1959, yakni penentangan pengaturan tata niaga jagung di Inggris.⁴ Gerakan ini didasarkan kepercayaan para pakar ekonomi klasik yang menyatakan bahwa pengaturan tata niaga ini akan lebih banyak mendatangkan kemiskinan daripada keuntungan.

Menurut Paul Krugman, pendapat David Ricardo dalam teori keunggulan komparatif hanyalah sebuah kebetulan sejarah. Keterlibatan negara dalam perdagangan dibutuhkan untuk mengatur stabilitas perdagangan yang sering terjadi ketimpangan akibat pasar bebas.⁵ Pendapat ini diperkuat dengan pendapat Joseph Stiglitz (1943) peraih nobel ekonomi pada tahun 2001 bersama George Akerlof dan Michael Spence. Menurutnya, negara-negara miskin dan berkembang terlalu dini untuk menjalankan sistem pasar bebas, sebab negara-negara tersebut masih memiliki masalah kelembagaan, sehingga keterlibatan negara masih menjadi penting dalam perdagangan.⁶ Meskipun Stiglitz tidak sepenuhnya sependapat dengan Krugman, karena menurut Stiglitz pasar dan pemerintah tidaklah layak untuk dipersaingkan sebab keduanya komplementer dan saling bekerjasama. Pemerintahlah yang bisa memperbaiki iklim investasi bagi usaha kecil hingga produktif dan mendorong suku bunga yang bersahabat. Oleh sebab itu, teknik ini sering disebut sebagai *market friendly approach* walaupun melibatkan pemerintah.⁷ Dari pemikiran Krugman dan Stiglitz juga terdapat persamaan tentang pasar bebas, kedua tokoh ini menentang pasar bebas, sebab pasar bebas akan menimbulkan kekacauan ekonomi.⁸

Keterlibatan negara dalam perdagangan mengakibatkan pergeseran analisis dasar, jika pada awalnya negara menjadi pusat analisis. Maka selanjutnya bergeser pada perusahaan sebagai pusat analisis. Perusahaan melibatkan pemerintah untuk ikut serta dalam memberikan dukungan dalam melakukan produksinya. Peran negara menjadi pendorong bagi perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lain di luar negeri. Jika perusahaan tersebut berhasil, maka bisa menyumbangkan devisa tinggi bagi negara. Teori ini dipelopori oleh Vernon, Linder, Krugman dan Porter. Teori ini menentang teori klasik

⁵ P.R. Krugman et.al, *International Trade* (USA: Pearson Education Limited, 2015), 29-30

⁶ Joseph. E Stiglitz, *People, Power and Profits* (London: W.W. Norton Company, 2019), 34

⁷ Ibid, 35

⁸ P.R. Krugman et.al, *International*, 35

yang mendasarkan perdagangan pada negara, menurut kelompok ini perdagangan bisa berkembang tidak tergantung pada kekayaan sumber daya alam negara yang dimiliki, tetapi bisa mendapatkan keuntungan jika perusahaan-perusahaan yang ada pada suatu negara memiliki keunggulan sehingga mampu bersaing. Pergeseran perdagangan dengan model inter industri menjadi perdagangan intra industri berkembang pada model perdagangan internasional.⁹

Perkembangan perdagangan baik lokal maupun internasional saat ini, menerapkan perdagangan intra industri antar negara. Peran negara dalam perdagangan khususnya bagi negara berkembang sangat diperlukan. Pergeseran sistem perdagangan interindustri yang cenderung tradisional saat ini sudah jarang digunakan. Mayoritas negara-negara modern menggunakan model perdagangan intra industri.¹⁰ Transformasi perdagangan ini terlihat sejak industrialisasi pada awal dekade 1990-an. Pada awalnya, perdagangan didominasi oleh produk primer suatu negara, maka pada dekade tersebut perdagangan lebih fokus pada manufaktur dengan mengandalkan keunggulan *value added* yang ditawarkan. Perdagangan intra industri berkembang berdasarkan keuntungan dari skala ekonomi dalam memproduksi suatu produk. Persaingan perusahaan mulai hadir di sini guna memproduksi barang yang hanya satu atau tidak memiliki variasi yang banyak. Sehingga sumberdaya lebih terspesialisasi dan produktivitas meningkat, harga lebih terjangkau sebab biaya lebih murah.¹¹

Pergeseran *competitive nation* menjadi *competitive industry* dalam perdagangan memberikan dampak terhadap model persaingan yang ada dalam perdagangan. Kompetisi menjadi kata kunci dalam kesuksesan sebuah industri. Sebuah industri akan semakin bisa mengambil keuntungan jika dia semakin inovatif, biaya bisa efisien dan memiliki kinerja yang baik (Porter, 1990). *Competitive nation* menghadirkan *comparative competitive* yaitu persaingan perdagangan bisa terjadi jika sebuah negara memiliki kekhasan sumber daya alam atau sumber daya alam yang berbeda dengan negara lain.

Competitive industry atau *competitive advantage* melahirkan *competitive strategy* pada dunia perdagangan. Teori mengenai *competitive advantage* yang dipelopori oleh

⁹ Michael E. Porter, *From Competitive Advantage To Corporate Strategy* (Harvard Business Review, 1987)

¹⁰ Dong Sung Cho, Hwy-Chang Moon, "From Adam Smith To Michael Porter: Evolution of Competitiveness Theory" (World Scientific Publishing, 2002),

¹¹ David Roemer, *Advanced Macroeconomic* (California: McGrawHill, 2002), 35

Porter (1990) ini menjadi dasar dari teori *competitive nation* suatu negara. Kompetisi perdagangan oleh negara bukan berdasar pada keunggulan sumber daya alam saja, namun juga berdasar pada inovasi dari perusahaan yang ada di negara tersebut.¹²

Perdagangan Komoditas Bersertifikat Halal

Komoditas bersertifikat halal menjadi istilah baru di dunia perdagangan. Meskipun selama ini label halal sudah banyak dimiliki oleh produk-produk yang beredar di dunia perdagangan. Namun sifatnya yang *voluntary* menjadikan pemilik usaha masih belum melakukan sertifikasi halal secara serius. Kehadiran UU No. 37 tahun 2014, telah menjadikan sertifikasi halal sebagai hal yang *mandatory*. Sehingga, seluruh komoditas yang diperdagangkan wajib memiliki sertifikasi halal. Komoditas tersebut tentu saja sesuai dengan aturan yang sudah ditetapkan oleh BPJPH, misalnya komoditas makanan, pakaian, dan sebagainya.¹³

Pola perdagangan di Indonesia yaitu menurut skalanya ada yang lokal, nasional dan internasional. Sertifikat halal bisa digunakan sebagai senjata untuk melakukan penetrasi pasar ke tingkat nasional maupun internasional. Sertifikat halal ini digunakan sebagai bukti bahwa produk yang diperjualbelikan aman, sehat, bermutu dan halal.¹⁴ Komoditas bersertifikasi halal merupakan komoditas yang sudah melalui proses produk halal (PPH).

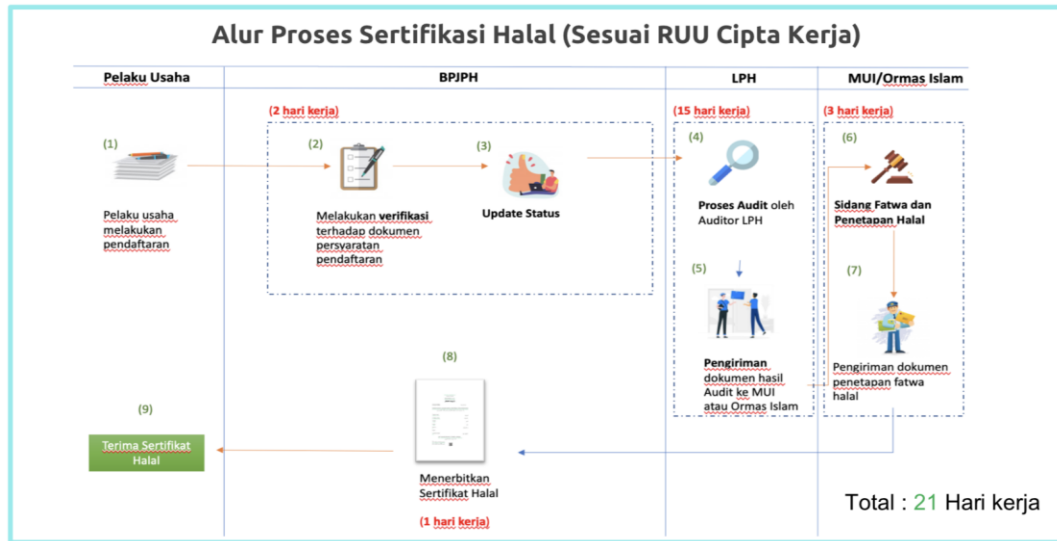
Proses produk halal di Indonesia memiliki prinsip *treacibility* yaitu dari *farm to fork* artinya mulai dari hulu sampai hilir. Sertifikasi halal bukan hanya produk akhir saja tetapi mulai dari bahan baku (*supplier*) sampai pada produk yang sudah jadi.¹⁵ Dalam PPH ini, ada dua jenis PPH, yaitu dengan cara regular dan cara *self declare*. Cara regular diperuntukkan perusahaan-perusahaan besar jika mau melakukan sertifikasi halal, sedangkan cara *self declare* dikhususkan untuk UMKM dan diberikan secara cuma-cuma atau gratis oleh BPJPH. Berikut alur pengajuannya

⁹ Michael E. Porter, *The Competitive Advantage of Nations* (New York: The Free Press, 1990), 2
² Nikmatul Masruroh, "The Impacts of Institutional Change In The Halal Food And Beverages Certification In Indonesia", *Book Chapter Contemporary Issues On Halal Development In Indonesia*, (2019).

¹⁴ Anton Apriyontono, *Makanan & Minuman Halal* (Bandung: PT Kiblat Buku Utama, 2022), 78

¹⁵ N. Asnawi, Sukoco, B.M et.al, "Halal Products Consumption in International Chain Restaurants Among Global Moslem Consumers", *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 13 (2018), 5

Gambar 1.1 Alur pengajuan sertifikasi halal secara regular



Sumber: dokumen BPJPH

Alur di atas menggambarkan bahwa proses pengajuan sertifikasi halal untuk perusahaan dilakukan secara regular, masa pengajuan hingga sertifikat selesai hanya 21 kerja. Artinya ada efisiensi waktu dari amanat UU No. 33 tahun 2014 yang prosesnya 97 hari untuk produk dalam negeri dan 117 untuk produk luar negeri menjadi hanya 21 hari berdasarkan alur yang baru dari amanat UU Cipta Kerja. Jika untuk UMKM akan dilaksanakan sertifikasi halal secara *self declare* yang tidak berbayar. Waktu pengurusan juga sama yaitu 21 hari. Namun setiap UMKM harus memiliki pendamping PPH. Proses tersebut lebih mudah dalam pengurusan sertifikasi halal serta tidak berbayar.¹⁶ Namun, belum sepenuhnya diterapkan di Indonesia, artinya belum bisa diukur efektivitasnya dalam meningkatkan sertifikasi halal UMKM di Indonesia.

METODE

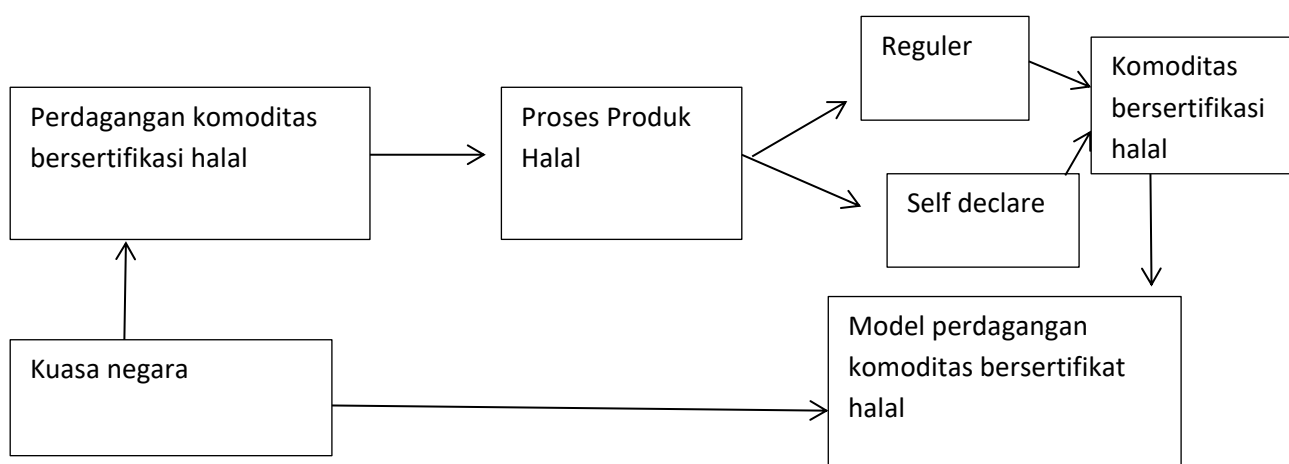
Artikel ini ditulis dengan menggunakan pendekatan penelitian yang kualitatif. Artinya penelitian yang tidak mengungkapkan angka-angka namun lebih pada

¹⁶ Poppy Arsil dkk, ¹³ "Strategi Kerjasama Pengembangan Institusi Halal: Implementasi Pada Halal Center", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8, No.01 (2022), 590-598

pendalaman data.¹⁷ Jenis yang digunakan adalah jenis fenomenologi, yaitu penelitian ini berasal dari fenomena wajibnya sertifikasi halal bagi seluruh perdagangan dan transaksi di Indonesia. Fenomenologi mengumpulkan fenomena-fenomena secara spesifik dari peristiwa yang terjadi, terutama terkait pergumulan negara dengan pasar. Fenomena “halal” menjadi pembicaraan bagi lapisan akademisi.

Dalam penelitian ini, dilakukan dengan mewawancarai pelaku usaha, pelaku UMKM, BPJPH dan LPPOM MUI. Selain itu, juga dilakukan SGD (Small Group Discussion) untuk memperkuat kajian ini. Data yang diperoleh dianalisis dengan analisis kritis, untuk menyoal peran negara dalam sertifikasi halal di Indonesia. Data yang sudah dianalisis dicek melalui keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.¹⁸ Menghasilkan skema penelitian:

Gambar 1.3 rancangan penelitian



Sumber: diolah

HASIL DAN ANALISIS

Model Perdagangan Komoditas Bersertifikasi Halal di Indonesia

Overview kondisi industri halal Indonesia pada saat ini memosisikan Indonesia berada pada posisi no.4 dunia. Dalam perdagangan komoditas bersertifikasi halal selama ini belum ada formula khusus, artinya untuk peningkatan posisi tersebut. Selama ini perdagangan sesuai dengan komoditas saja, tidak ada pemisahan produk halal dengan

¹⁷ J.W Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative And Mixed Methods Approach* (Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2009), 57

¹⁸ N.K Denzin & Lincoln, Y.S, *The Sage Handbook of Qualitative Research* (Thousand Oaks, CA: Sage, 2005)

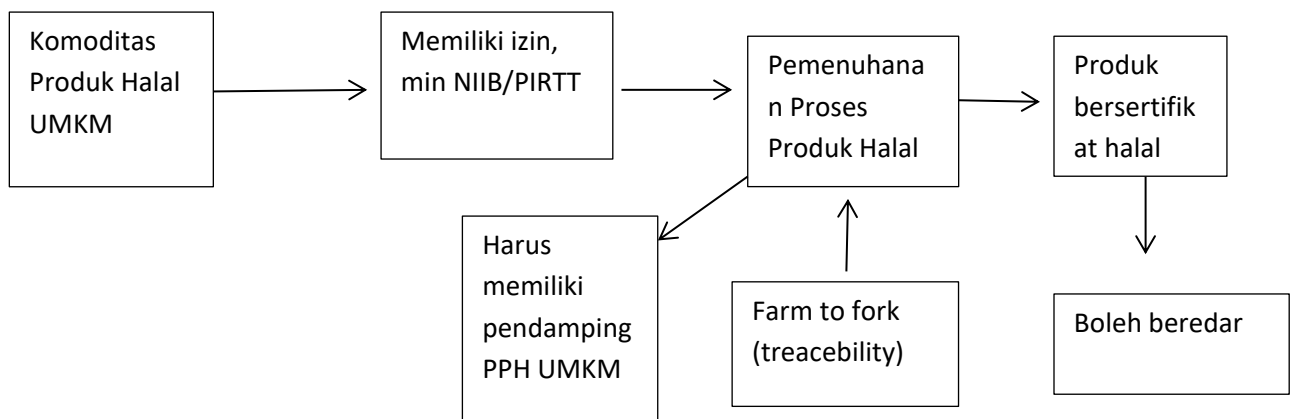
produk non halal. Hal tersebut bisa dicek juga melalui PDB yang dimiliki oleh Indonesia, belum ada secara spesifik yang bersumber dari komoditas produk halal. Hal ini tentu juga menjadi penghambat dalam pengembangan produk halal.

Perdagangan yang ada di Indonesia menggunakan sistem perdagangan *neo klasik* yang melibatkan negara dalam proses perdagangannya. Artinya kuasa negara menentukan kesuksesan perdagangan yang terjadi. Kuasa negara yang menentukan model perdagangan dengan sertifikat halal. Sertifikat halal dalam perdagangan sebagai bentuk penjamin dari keamanan dan kehalalan produk. Selain itu, sebagai penguat daya saing dalam perdagangan.¹⁹

Model perdagangan komoditas bersertifikat halal ini belum dilakukan secara massif, sebab secara kelembagaan masih terdapat kendala antara pihak pemerintah dengan pelaku usaha. Komunikasi dan sosialisasi yang belum diterima secara baik oleh pelaku usaha ini menjadikan formulasi perdagangan produk halal di Indonesia hanya masih bersifat usulan.

Perdagangan menurut skalanya ada tiga yaitu, lokal, nasional dan internasional. Secara aturan untuk perdagangan lokal dan nasional hampir sama karena memang beredar di satu negara. Namun, sertifikasi halal sudah diwajibkan bagi seluruh produk yang beredar di dalam negeri. Model perdagangan yang bisa ditawarkan

Gambar 1. 4 Model perdagangan Produk Halal UMKM



Sumber: diolah

¹⁹ Hasil SGD bersama dengan Perusahaan sebagai objek penelitian dan Perwakilan BPJPH

Produk yang diproduksi oleh UMKM bisa beredar apabila sudah memenuhi standar halal yang sudah ditetapkan oleh BPJPH. Tentunya, karena menganut *traceability* maka semua bahan baku, bahan penolong dan sebagainya harus memenuhi kriteria halal jika produk tersebut ingin beredar di pasar. Model perdagangan seperti ini, tentu saja saat ini perlu pendampingan untuk UMKM karena masih banyak UMKM di Indonesia yang melakukan jual produk tanpa adanya izin dari pemerintah. Padahal persyaratan UMKM melakukan sertifikasi halal yaitu, antara lain:²⁰

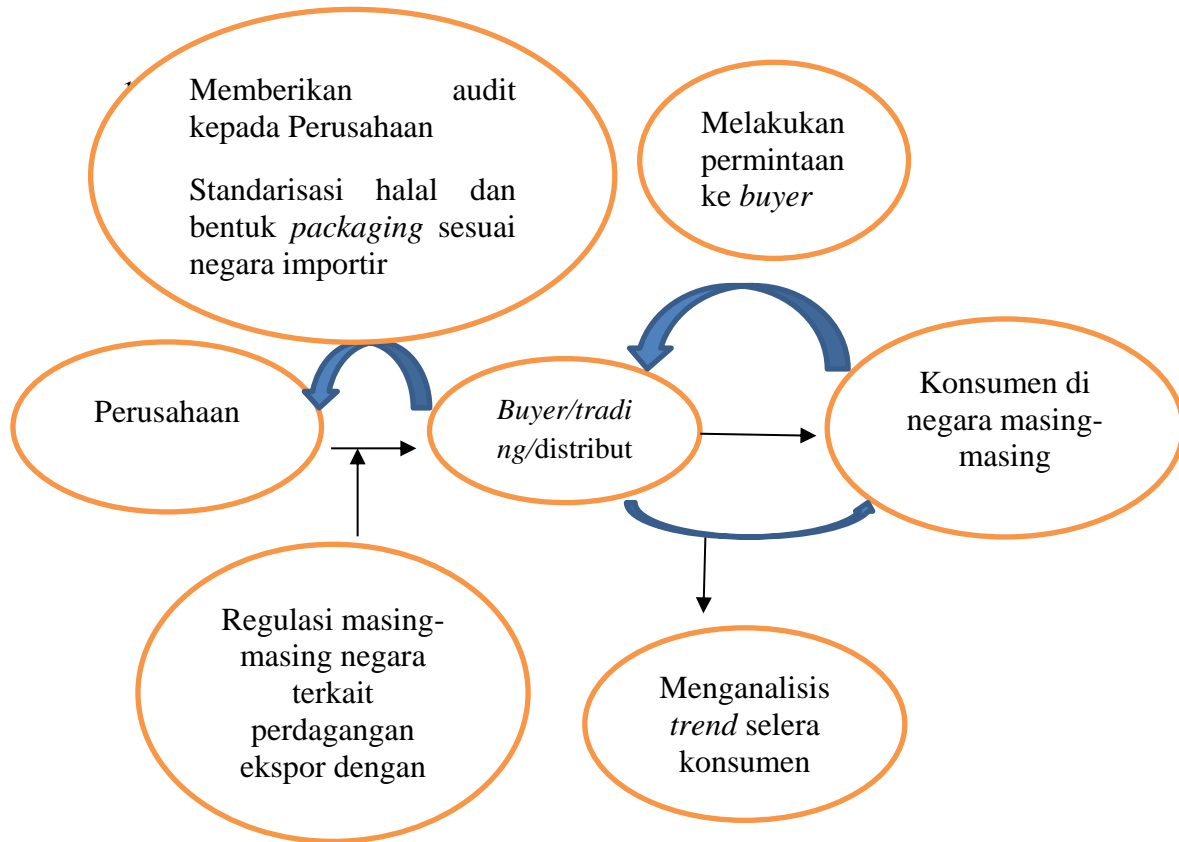
- a. Badan usaha yang memiliki NIB
- b. Perusahaan bukan PMA
- c. Memiliki tempat produksi sendiri
- d. Komoditas berorientasi/berpotensi ekspor
- e. Melakukan proses produksi yang sesuai dengan kaidah-kaidah kehalalan
- f. Berkomitmen, kooperatif dan kolaboratif dalam mengikuti program

Sedangkan perusahaan yang memiliki skala internasional memiliki konsekuensi wajib memenuhi segala bentuk aturan yang diterapkan oleh negara yang dituju. Artinya sebuah perusahaan tidak bisa dengan kemauan sendiri langsung serta menjual produknya namun harus mengikuti ketentuan yang sudah berlaku.²¹ Berikut salah satu contoh model perdagangan produk dengan sertifikasi halal melalui ekspor:

²⁰ Dokumen BPJPH

²¹ Hasil wawancara dengan pihak perusahaan

Gambar 1.5 Alur Perdagangan ekspor salah satu produk bersertifikat halal



Sumber: diolah

Berdasarkan alur perdagangan di atas, bisa dipahami, keterlibatan sebuah negara dalam gerak perdagangan, membawa konsekuensi aturan yang harus dilakukan. Aturan-aturan tersebut harus diikuti jika produk perusahaan ingin terus diperdagangkan. Maka, campur tangan negara dalam perdagangan, berfungsi untuk mengatur laju transaksi perdagangan agar lebih sesuai dengan regulasi dan mudah diterima di negara lain.

Model perdagangan yang diterapkan sesuai dengan model perdagangan yang diterapkan oleh negara yang menjadi tujuan. Artinya konsumen menjadi prioritas dalam perdagangan, di beberapa negara aturan-aturan perdagangan berlaku bagi produk-produk yang masuk ke negara mereka. Aturan itu dinamakan dengan hambatan masuk atau bisa disebut *barrier to entry*. Hal tersebut bisa dilihat dari aturan-aturan seperti keharusan adanya HACCP, BRC dan sertifikat halal.

Analisis Gerak Kuasa Negara Dalam Perdagangan Komoditas Bersertifikat Halal

Keterlibatan negara dalam perdagangan membuktikan adanya kegagalan pasar. Terutama dalam industri halal. Perlu keterlibatan dan keaktifan pemerintah dalam menetapkan dan mensosialisasikan secara massif terkait dengan kewajiban sertifikasi halal, terutama kepada para pemilik UMKM. Kehadiran UU No. 33 tahun 2014, telah membuktikan keterlibatan negara dalam perdagangan komoditas produk halal.

Sebelum kehadiran negara melalui BPJPH *awareness* pada sertifikasi halal tidak bersifat massif, namun kehadiran BPJPH memposisikan kewajiban bagi produsen. Sehingga semua produsen berbondong-bondong melakukan sertifikasi halal. Meskipun tanpa didasari dengan pengetahuan religiusitas yang dalam. ²⁷ Religiusitas tidak memiliki pengaruh pada kebutuhan produsen untuk melakukan sertifikasi halal, namun *profit* yang menjadi prioritas dalam produksi produk dengan sertifikasi halal. Konsumen memiliki otoritas dalam permintaan produk bersertifikat halal, sehingga permintaan tersebut diapresiasi oleh negara dan diwujudkan melalui UU untuk melakukan perlindungan pada hak-hak konsumen.

Selain itu, sertifikasi halal saat ini menjadi syarat wajib perdagangan luar negeri, bahkan ada indeksasi persaingan industry halal di dunia. Hal tersebut tentu saja memacu Indonesia untuk melakukan inovasi-inovasi untuk menjadi pusat halal dunia, ²⁰ mengingat Indonesia menjadi negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. ³⁹ UU JPH No. 33 tahun 2014 sebagai wujud dari *mandatory* diperkuat dengan UU ¹⁰ No. 11 tahun 2020 diikuti dengan PP No. 39 tahun 2021 tentang penyelenggaraan bidang jaminan produk halal.

Regulasi tersebut membuktikan bahwa negara melakukan proses deregulasi yang terus menerus untuk mewujudkan cita-cita di tahun 2024. Kuasa negara kepada seluruh produsen di Indonesia memberikan konsekuensi pada sistem produksi yang dijalankan. Berikut perbandingan sistem produksi sebelum dan sesudah menggunakan sertifikasi halal:

Tabel 1.2 perbandingan produksi suatu produk sebelum dan sesudah menggunakan sertifikasi halal

No	Aspek	Sebelum	Sesudah
1	Bahan	1. Bisa bersumber dari mana dan dari siapa saja 2. Campur dengan najis tidak diperhatikan	1. Semua harus memiliki sertifikat halal 2. Harus suci dan bersih dari najis
2	Proses	Semua peralatan dan alat-alat yang digunakan hanya dipastikan bersih	Semua peralatan dan alat-alat yang digunakan hanya dipastikan bersih dan suci
3	Transportasi	Kendaraan pengangkut tidak diperhatikan kesuciannya	Kendaraan pengangkut harus suci
4	Packaging	Cara packaging hanya diperhatikan sisi keindahannya saja	Cara packaging hanya diperhatikan sisi keindahannya saja
5	Ceklist produk	Tidak ada	Ada ceklis kehalalan produk

Sumber: diolah

Perubahan tersebut, memberikan konsekuensi pada kehadiran biaya produksi. Sebab, faktanya harga bahan baku yang sudah bersertifikasi halal lebih mahal daripada yang jual tanpa label apapun, misalnya minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah. Selain itu, ada ketidakpastian dalam mengurus sertifikasi halal, meskipun dalam UU sudah dijelaskan bahwa hanya 21 hari kerja, namun kenyataan yang dihadapi produsen bukan hanya 21 hari kerja tetapi lebih bahkan sampai ada yang 3 bulan. Kenyataan ini, menunjukkan adanya *opportunity cost* yang muncul. Biaya kesempatan yang harus dikeluarkan produsen akibat lambatnya birokrasi dalam pengurusan sertifikasi halal.²²

Kenyataan untuk pemberlakuan *self declare* untuk UMKM secara gratis diberikan ternyata juga tidak efisien bagi pemilik UMKM, persyaratan yang diberikan juga akan meningkatkan sisi biaya produksi. Semua bahan baku, bahan pembantu dan penolong harus memiliki sertifikat halal. Sebelum itu, UMKM juga harus memiliki NIB dan tempat produksi sendiri. Hal ini, setelah dilakukan observasi lapangan, para pemilik UMKM

²² Diolah dari hasil wawancara

belum tahu bahkan belum paham akan hal tersebut. Kehadiran negara dalam memperkuat komoditas bersertifikat halal harus mampu menghadirkan efisiensi produksi bagi para produsen, sebab produsen yang paling efisien maka profitnya semakin tinggi.

Kuasa negara yang hadir dalam persoalan sertifikasi halal, bukan sebagai hakim pemutus rantai produksi. Tetapi sebagai pendamping dan regulator yang mengayomi para pemilik usaha. Sehingga, sinergitas terjalin dengan baik untuk ³³ mewujudkan Indonesia sebagai produsen halal terbesar di dunia. Kepercayaan bukan hanya dari sisi *demand* tetapi juga dari *supply* harus diciptakan oleh pemerintah. Sebab, jika pelaku usaha tidak memiliki *trust* kelembagaan, maka Indonesia tidak akan pernah mencapai cita-citanya, missal masih munculnya pungutan di luar biaya yang ditentukan atau hadirnya makelar dalam ³⁴ proses sertifikasi halal. Hal ini tentu harus dilakukan tindakan dan antisipasi, sehinggai gerak kuasa negara dalam perdagangan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, bukan justru sebaliknya. Sebab negara dan pasar memiliki kajian yang panjang. Indonesia memutuskan untuk melibatkan negara dalam setiap aktivitas perdagangannya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan temuan, *pertama* model perdagangan komoditas bersertifikat halal di Indonesia harus diidentifikasi dari skala, jenis komoditas, serta religiusitas konsumen. *Kedua*, kewajiban sertifikasi halal di Indonesia ditangani oleh pemerintah melalui BPJPH, namun sejak pengesahan ⁸ UU JPH No.33 tahun 2014, gerakan sertifikasi halal produk belum maksimal, serta literasi produsen khususnya UMKM masih tergolong rendah. Peralihan sertifikasi halal dari MUI ke BPJPH ternyata belum mampu meretas tingginya *opportunity cost* yang harus dikeluarkan oleh produsen. Persoalan *trust* kelembagaan masih muncul, sehingga gerak kuasa yang dilakukan pemerintah menjadikan perdagangan komoditas bersertifikasi halal menjadi tidak efisien dari sisi biaya.

DAFTAR PUSTAKA

Apriyantono, Anton. 2022. *Makanan & Minuman Halal*. Bandung: PT Kiblat Buku Utama.

- Arsil, Poppy, dkk. 2022. "Strategi Kerjasama Pengembangan Institusi Halal: Implementasi Pada Halal Center", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8, No.01.
- Asnawi. N, Sukoco, B.M et.al. 2018. "Halal Products Consumption in International Chain Restaurants Among Global Moslem Consumers", *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 13.
- Creswell, J.W. 2009. *Research Design: Qualitative, Quantitative And Mixed Methods Approach*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Denzin, N.K & Lincoln, Y.S. 2005. *The Sage Handbook of Qualitative Research* Thousand Oaks, CA: Sage.
- E Stiglitz, Joseph. 2019. *People, Power and Profits*. London: W.W. Norton Company.
- Hamid, A. et.al. 2019. "Potency and Prospect of Halal Market in Global Industry: An Empirical Analysis of Indonesia and United Kingdom", *Journal of Islamic Marketing*, Vol.5, No.02.
- Krugman, P.R. et.al. 2015. *International Trade*. USA: Pearson Education Limited.
- Masruroh, Nikmatul. 2019. "The Impacts of Institutional Change In The Halal Food And Beverages Certification In Indonesia", *Book Chapter Contemporary Issues On Halal Development In Indonesia*.
- _____. 2020. "The Competitiveness of Indonesian Halal Food Exports Global Market Competition Industry", *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.11, No.1.
- Porter, Michael E. 1987. *From Competitive Advantage To Corporate Strategy*. Harvard Business Review.
- _____. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- Roomer, David. 2002. *Advanced Macroeconomic*. California: McGrawHill.
- Salvatore, Dominick. 2015. *International Economic*. Wiley.
- Skousen, Mark. 2011. *The Making of Modern Economics: The Lives Ideas of Great Thinkers*.
- Sung Cho, Dong, Hwy-Chang Moon. 2002. *From Adam Smith To Michael Porter: Evolution of Competitiveness Theory*. World Scientific Publishing

● 13% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 10% Internet database
- Crossref database
- 7% Submitted Works database
- 4% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	researchgate.net Internet	2%
2	proceedings.kopertais4.or.id Internet	1%
3	core.ac.uk Internet	<1%
4	johnjefritompodung.blogspot.com Internet	<1%
5	repository.ub.ac.id Internet	<1%
6	eco.buap.mx Internet	<1%
7	repository.uin-malang.ac.id Internet	<1%
8	Moch. Khoirul Anwar. "Respon Pelaku Usaha Rumah Potong Ayam Ter... Crossref	<1%

9	econstor.eu	Internet	<1%
10	ibadah.co.id	Internet	<1%
11	de.wikipedia.org	Internet	<1%
12	ivythesis.typepad.com	Internet	<1%
13	jurnal.stie-aas.ac.id	Internet	<1%
14	Binus University International on 2018-03-20	Submitted works	<1%
15	lordbroken.wordpress.com	Internet	<1%
16	publications.waset.org	Internet	<1%
17	Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-11-05	Submitted works	<1%
18	digilib.isi.ac.id	Internet	<1%
19	journal.ubpkarawang.ac.id	Internet	<1%
20	news.unair.ac.id	Internet	<1%

21	Sriwijaya University on 2020-10-27	<1%
	Submitted works	
22	Universitas Trunojoyo on 2022-06-13	<1%
	Submitted works	
23	es.scribd.com	<1%
	Internet	
24	pt.scribd.com	<1%
	Internet	
25	voaindonesia.com	<1%
	Internet	
26	Universitas Airlangga on 2019-06-12	<1%
	Submitted works	
27	Universitas Diponegoro on 2020-07-30	<1%
	Submitted works	
28	Universitas Pendidikan Indonesia on 2017-04-03	<1%
	Submitted works	
29	adoc.pub	<1%
	Internet	
30	iGroup on 2016-06-15	<1%
	Submitted works	
31	id.123dok.com	<1%
	Internet	
32	industrialengineeringdepartment.blogspot.com	<1%
	Internet	

33	mnews.co.id	Internet	<1%
34	halalmui.org	Internet	<1%
35	soalprediksi.com	Internet	<1%
36	yudistiraabdipane.blogspot.com	Internet	<1%
37	repository.uinsu.ac.id	Internet	<1%
38	Khampanya, Desirae. "Educating Our Educators: How Teachers Unders..."	Publication	<1%
39	Universitas Jember on 2022-07-15	Submitted works	<1%

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Cited material
- Manually excluded sources

EXCLUDED SOURCES

proceedings.uinkhas.ac.id	96%
Internet	
<hr/>	
digilib.uinkhas.ac.id	11%
Internet	
<hr/>	
kompasiana.com	10%
Internet	