

PERAN ULAMA DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL

**Ibrahim Fatwa Wijaya*, Muhammad Agung Prabowo, Anis Widjajanto,
Edy Supriyono, Nurmadi Harsa Sumarta**

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Sebelas Maret, Surakarta

*Corresponding author: ibrahimfatwa@staff.uns.ac.id

Abstrak

Penelitian menyebutkan bahwa religiusitas masyarakat, awareness mengenai kehalalan sebuah produk dan sertifikasi halal menjadi determinan niat untuk membeli produk makanan, minuman, dan kosmetik. Di sisi lain, pengusaha mikro dan kecil masih banyak mengalami kesulitan dalam pengurusan sertifikasi halal produk-produk mereka. Peran ulama dalam mengembangkan industry halal dinilai sangat penting. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan industry halal melalui peran ulama. Ulama dapat berperan dalam dua hal utama: (1) Melakukan edukasi kepada pengusaha dan masyarakat yang memiliki usaha untuk mengurus sertifikasi halal; dan (2) Melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk selalu aware dengan produk halal. Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan berkolaborasi bersama Masyarakat Ekonomi Syariah Surakarta yang memiliki mitra UMKM binaan di wilayah Solo Raya serta Komisi Ekonomi Majelis Ulama Indonesia Kota Surakarta.

Kata kunci: Halal, sertifikasi, UMKM, negara berkembang, Ulama

1. LATAR BELAKANG

Penduduk Muslim di dunia akan terus bertambah dengan pesat (Pew Research Center). Di tahun 2060 nanti penduduk Muslim akan mencapai kurang lebih 3 Milyar orang (Pew Research Center). Figur 1 menunjukkan gambar perkiraan penduduk Muslim di 2060. Bertambahnya jumlah penduduk tersebut tentunya juga meningkatkan akan kebutuhan makanan halal, minuman halal, kosmetik halal, obat-obatan halal dan produk halal lainnya seperti fashion dan tourism. Hal ini dikarenakan ummat Islam diwajibkan untuk mengkonsumsi produk-produk halal seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran dan Hadits. Di dalam penelitian Wijaya et al. (2023) disebutkan bahwa:

“Morality becomes the main filtering set in the consumption of goods as Islamic teachings make a distinction between permissible (halal) and impermissible (haram) (Kahf 2011; Khan 2014; Shaikh et al. 2017). Goods in Islam are not only exchangeable in the market, but also morally clean (Kahf 2011) and cherished by the society (Khan 2014).”

Menariknya, penelitian telah banyak dilakukan untuk mengetahui determinan pembelian produk-produk halal, seperti yang dilakukan oleh Ashraf (2019), Battour et al., (2022), Hendijani & Seyyed (2022), Al-Banna & Jannah (2022), Syed et al (2022), Shahid et al (2022), Lestari et al (2022), Kasri et al (2021), (2022) Rizkitysha & Hananto (2022), Silalahi et al (2023), dan Usman et al (2021). Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa sertifikasi halal, trust, religiusitas konsumen, pengetahuan halal konsumen (*awareness*) menjadi faktor penting pembelian produk Halal. Akan tetapi masih banyak usaha mikro dan kecil pada umumnya, dan mitra Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Surakarta pada khususnya, memiliki keterbatasan dalam hal pengetahuan produk halal dan sertifikasi

produk halal. Oleh karena itu diperlukan peran berbagai pihak termasuk Ulama dalam rangka meningkatkan literasi halal baik masyarakat sebagai konsumen serta produsen makanan dan minuman. Disamping itu diperlukan juga peran Ulama dalam membantu usaha mikro dan kecil mengajukan sertifikasi halal self-declare.

2. ANALISIS SITUASI DAN KONDISI

Berdasarkan hasil diskusi dengan mitra MES Surakarta, pengurus MES Surakarta, pengurus Majelis Ekonomi MUI Kota Surakarta, dan berdasarkan pengalaman pada workshop-workshop sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa usaha mikro dan kecil mitra MES Surakarta memiliki keterbatasan melakukan sertifikasi halal dikarenakan: (1) Skill yang terbatas, khususnya pemanfaatan digital teknologi. Ajuan sertifikasi halal *self-declare* memerlukan skill IT dalam hal mengajukan NIB (Nomor Induk Berusaha) sebagai syarat awal mengurus sertifikasi Halal dan mengisi form di laman Halal *Self Declare* besutan Kementerian Agama RI; (2) pengetahuan yang terbatas mengenai kehalalan sebuah produk; (3) kuantitas sumber daya manusia yang terbatas atau one man show (semua dilakukan sendiri oleh pelaku usaha); (4) Ketakutan dalam pengurusan sertifikasi halal (rumit dan mahal); (5) Tidak memiliki permodalan yang kuat untuk mengajukan sertifikasi halal; (6) Banyak anak muda yang tidak *aware* dengan industry halal; serta (7) Literasi halal di kalangan masyarakat masih rendah.

3. SOLUSI

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi produk halal dan membantu usaha mikro dan kecil mengajukan sertifikasi halal *self declare* melalui peran Ulama. Sekitar 30 ulama dari berbagai organisasi masyarakat Keislaman di kota Solo diundang dalam pengabdian Masyarakat ini. Metode yang dipilih untuk mencapai tujuan pengabdian masyarakat ini adalah melakukan *focus group discussion* (FGD). FGD dilakukan secara tatap muka di kota Solo di tahun 2023.

4. HASIL PELAKSANAAN FGD

KH Abdul Aziz sebagai ketua MUI Kota Surakarta menekankan bahwa SDM UMKM perlu diupgrade sehingga bisa mengikuti perkembangan industry halal dan menghasilkan produk-produk yang berkualitas dan memenuhi standar Halal.

Ibrahim Fatwa Wijaya sebagai ketua pengabdian masyarakat menekankan pentingnya meningkatkan literasi halal di kalangan anak muda karena piramida penduduk Indonesia akan menjadi terbalik di 20-30 tahun ke depan. Saat ini, piramida penduduk Indonesia didominasi oleh anak muda. Selain itu, menurut PEW Research centre, jumlah umat islam pada 2060 akan sama dengan jumlah umat kristiani (31% vs 31%) atau sekitar 3 Milyar. Saat ini ummat Islam berjumlah sekitar 1.7 Milyar. Oleh karena itu perlu kita dorong anak muda untuk memproduksi dan mengkonsumsi yang halal dari segala aspek.

Lukman Hakim, sebagai Ketua Komisi Ekonomi MUI Kota Surakarta mengusulkan sebuah program nyata yaitu Solo City Halal and Healthy. Lukman Hakim menekankan perlunya melakukan kampanye bahwa yang halal juga pasti sehat atau Halal dan sehat menjadi satu kesatuan. Harus ada gerakan yang dilakukan agar halal dan sehat menjadi wujud serta bisa mempengaruhi pemerintah untuk membuat aturan tentang halal dan sehat.

Hal ini dikarenakan konsep islam adalah universal sehingga dapat menjawab tantangan seluruh umat manusia.

Eko Prasetyo memaparkan bahwa pemberian label tidak halal pada industri yang haram agar masyarakat dapat mengetahui produk mana saja yang tidak halal sesuai dengan Undang-undang.

Munir menyampaikan bahwa di dalam Al-Quran sudah dijelaskan pentingnya ekonomi syariah. Beliau menyayangkan banyak masyarakat masih kurang antusias dengan syariah, contoh paling sederhana lebih suka membuka rekening di bank konvensional.

Lukman Hakim menyampaikan bahwa satu-satunya tema yang menyatukan di kota solo yaitu ekonomi. Banyak hal yang bisa diselesaikan secara bersama-sama tentang ekonomi di kota solo. Konsep halal & sehat dibuat karena orang yang menerima konsep tersebut belum tentu paham Islam sehingga ditambahkan kata sehat.

Feri Firmansyah menekankan bahwa di dalam UU No 33 Tahun 2014 – Hal 4 Pasal 4 dan sesuai Al-Baqarah wajib mengkonsumsi produk halal. Tafsirnya untuk seluruhnya manusia, baik non muslim, maupun mukmin. Terjadi di solo, banyak terang-terangan festival kuliner babi, ada produk muslim yang bercampur dengan festival non-halal tersebut. Artinya sebagai masyarakat, perlu protes untuk festival non-halal dapat dipisah dengan produk halal, sudah dua kali di solo, yaitu pakuwon dan paragon. Perlu pendamping untuk masyarakat mulai dari lingkungan terkecil seperti kelurahan kecamatan untuk mendampingi produk halal.

Eko Prasetyo menekankan bahwa harus terdapat pemahaman bahwa dari orang yang menjual tidak halal tentang produknya agar masyarakat yang peduli halal dapat mengetahui dengan jelas produknya. Produk halal bukan saja dari bahan dan alat tetapi juga dari proses yang membuat produk tersebut.

Krishna Adityangga mengapresiasi Gerakan “halal now”, *image* dari kota solo tentang halal cenderung turun karena banyak kuliner yang haram. Kita perlu mendukung gerakan inklusif yang digerakkan Wakil Presiden untuk melanjutkan ekonomi syariah di masa mendatang siapapun presidennya. Inklusif ini akan berkurang jika fokus gerakannya. Anak muda sekarang 30-40% agnostic dan cenderung spiritual tanpa religius. Peran Ustadz dan Ustadzah untuk menyebarkan kehidupan halal dalam segala aspek (lifestyle).

Yusuf Wibisana mendukung program sertifikasi halal gratis untuk UMKM dibawah 500jt tetapi juga harus memperhatikan proses yang detail dari setiap umkm tentang produk halal. Namun umkm terkadang menyayangkan karena banyak proses yang rumit untuk melaksanak detail kehalalan setiap proses. Yusuf Wibisana juga setuju dengan label tidak halal.

Pak Edy Supriyono menyampaikan bahwa ormas yang banyak dapat mendorong pemerintah untuk memberika rekomendasi solo halal & healthy. Dapat merekomendasikan sesuatu yang dapat dijalankan pemerintah. Di kauman ada rintisan untuk mendapatkan sertifikat halal dengan didampingi UIN Surakarta, ada juga dari MES Surakarta. Koperasi Kauman mendapatkan CSR BSI untuk mengelola. Di kauman sudah berbasis komunitas dan masjid sehingga lebih mudah didapatkan.

Cholid berharap besar dari diskusi ini, hendaknya para asatidzah diberi konsep yang berkaitan dengan produk halal, contohnya seperti hasil ini disampaikan pada masyarakat. Kemudian dari hasil konsep yang diberikan kepada masyarakat membahas kembali respon balik yang akan diberikan masyarakat.

5. KESIMPULAN

Hasil FGD menekankan berbagai hal diantaranya perlunya label non halal di produk-produk yang mengandung bahan non-halal atau diproses secara tidak halal. Disamping itu perlunya peningkatan literasi di tengah-tengah masyarakat. Terakhir perlunya Gerakan halal yang inklusif bahwa halal itu tidak hanya untuk orang tua, tidak hanya untuk orang Islam saja tetapi untuk semua masyarakat tidak memandang usia dan agama.

REFERENSI

- [Ashraf, M.A.](#) (2019), "Islamic marketing and consumer behavior toward halal food purchase in Bangladesh: An analysis using SEM", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 10 No. 3, pp. 893-910.
- [Battour, M.](#), [Salaheldeen, M.](#) and [Mady, K.](#) (2022), "Halal tourism: exploring innovative marketing opportunities for entrepreneurs", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 13 No. 4, pp. 887-897
- Al-Banna, H. and Jannah, S.M., 2023. The push, pull, and mooring effects toward switching intention to halal cosmetic products. *Journal of Islamic Marketing*, 14(9), pp.2149-2166.
- Syed, S., Sh Ahmad, F. and Shah, S.R.H., 2023. Psychological needs as underlying forces of halal food purchase intention. *Journal of Islamic Marketing*, 14(8), pp.2070-2083.
- Shahid, S., Parray, M.A., Thomas, G., Farooqi, R. and Islam, J.U., 2023. Determinants of Muslim consumers' halal cosmetics repurchase intention: an emerging market's perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 14(3), pp.826-850.
- Lestari, Y.D., Saidah, F. and Putri, A.N.A., 2022. Effect of destination competitiveness attributes on tourists' intention to visit halal tourism destination in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 14(4), pp.937-965.
- Kasri, R.A., Ahsan, A., Widiatmoko, D. and Hati, S.R.H., 2023. Intention to consume halal pharmaceutical products: evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 14(3), pp.735-756.
- [Rizkitysha, T.L.](#) and [Hananto, A.](#) (2022), ""Do knowledge, perceived usefulness of halal label and religiosity affect attitude and intention to buy halal-labeled detergent?""", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 13 No. 3, pp. 649-670.
- [Silalahi, S.A.F.](#), [Fachrurazi, F.](#) and [Fahham, A.M.](#) (2022), "Factors affecting intention to adopt halal practices: case study of Indonesian small and medium enterprises", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 13 No. 6, pp. 1244-1263.
- Usman, H., Chairy, C. and Projo, N.W.K., 2022. Impact of Muslim decision-making style and religiosity on intention to purchasing certified halal food. *Journal of Islamic Marketing*, 13(11), pp.2268-2289.

Wijaya, I.F., Moro, A. and Belghitar, Y., 2023. Trust in Islamic Business-to-Business Relationships: Evidence from Indonesia. *British Journal of Management*, 34(1), pp.111-128.