

PELUANG DAN TANTANGAN PENGEMBANGAN UMKM HALAL DI INDONESIA

Zainorrahman
Institut Kariman Wirayudha
zeenjen@gmail.com

Robby Reza Zulfikri
STAI Al-Utsmani Bondowoso
robbyrezaz@gmail.com

Diterima : 15 – 04 – 2023 Disetujui : 19 – 04 – 2023 Diterbitkan : 28 – 04 – 2023

Abstraksi: Artikel ini mencoba menjelaskan Peluang dan Tantangan Pengembangan UMKM di industri UMKM halal di Indonesia, mengingat jumlah konsumen Muslim yang potensial. Pentingnya pengetahuan tentang perilaku konsumen muslim Indonesia perlu agar UMKM halal Indonesia bisa memaksimalkan pasar domestik dan sekaligus ekspor. Potensi konsumen muslim tidak hanya di Indonesia, negara-negara Teluk dan negara Asia Tenggara lainnya dapat menjadi tujuan ekspor produk industri halal Indonesia. Adapun metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah *Library Research* (Studi Kepustakaan). Hasil dari artikel ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa hal yang menjadi Peluang dan Tantangan Pengembangan UMK di industri UMKM halal di Indonesia mulai dari Aspek Demografi, Market, Ekonomi Digital, Pendanaan, dan juga Sertifikat Halal bagi UMKM di Indonesia.

Kata kunci: Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Tantangan dan Peluang UMKM, Pengembangan UMKM, Halal, Indonesia

Abstract: This article tries to explain the Opportunities and Challenges of developing MSMEs in the halal MSME industry in Indonesia, however, the Muslim consumer market segment. The importance of knowledge about the behavior of Indonesian Muslim consumers is necessary so that Indonesian halal MSMEs can maximize the domestic market as well as exports. The potential of Muslim consumers is not only in Indonesia, the Gulf countries and other Southeast Asian

countries can become export destinations for Indonesian halal industrial products. The research method carried out by the researcher is Library Research. The results of this article indicate that there are several things that are Opportunities and Challenges for the Development of MSEs in the halal MSME industry in Indonesia, starting from the Demographic Aspects, Market, Digital Economy, Funding, and also Halal Certificates for MSME in Indonesia.

Keywords: *Micro, Small and Medium Enterprises (MSME), MSME Challenges and Opportunities, MSME Development, Halal, Indonesia*

PENDAHULUAN

Badan Pusat Statistik (2019) mencatat ekspor Januari-Juni 2019 turun 8,57%, sedangkan impor turun 7,63%. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia mulai mengalihkan pendekatan pembangunan ekonominya ke arah tulang punggung perekonomian domestik: usaha mikro, kecil, dan menengah (UKM). Selama krisis ekonomi Indonesia pada tahun 1998, UKM adalah entitas perusahaan yang mampu bertahan. Selama periode itu, rupiah Indonesia terdepresiasi lebih dari 200% terhadap dolar AS, yang menyebabkan krisis perbankan nasional. Akibatnya, banyak perusahaan besar yang menggunakan jasa perbankan dan membeli banyak bahan impor bangkrut. Di sisi lain, UKM yang tidak banyak menggunakan bahan impor atau memiliki hubungan minimal dengan perbankan yang mampu bertahan (Aisyah, 2020).

Berdasarkan pengalaman tersebut, pentingnya stimulasi kebijakan segera digunakan untuk mendorong perekonomian domestik, mengingat kinerja ekspor negara tidak hanya bertumpu pada kebijakan perdagangan luar negeri dalam arti sempit, tetapi juga pada serangkaian kebijakan yang sesuai dengan kebijakan pada umumnya. Fokus pada pengembangan UMKM merupakan alternatif strategis untuk menghadapi ketidakpastian gejolak ekonomi global.

Tambunan (2019) menegaskan bahwa UKM merupakan mesin penggerak perekonomian nasional Indonesia karena unit-unit tersebut lebih banyak jumlahnya daripada perusahaan besar. Mereka tersebar luas di seluruh daerah pedesaan dan memiliki potensi pertumbuhan lapangan kerja yang cukup besar. Perkembangan

atau pertumbuhan mereka dapat dimasukkan sebagai elemen penting dari kebijakan untuk menciptakan lapangan kerja dan menghasilkan pendapatan. Meskipun UKM merupakan penyerap tenaga kerja dan merupakan tulang punggung perekonomian di negara berkembang, namun tetap memiliki permasalahan klasik. Survei Perusahaan Bank Dunia 2016, yang mencakup data dari 119 negara berkembang untuk menyelidiki hambatan terbesar bagi UKM, menunjukkan bahwa UKM memandang akses ke keuangan sebagai hambatan paling signifikan untuk pertumbuhan mereka.

Selain itu, beberapa peneliti juga menyimpulkan bahwa akses keuangan, teknologi untuk proses produksi, kapasitas sumber daya manusia, bahan baku, dan pemasaran merupakan masalah umum dalam pengembangan UMKM di negara berkembang, termasuk Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM adalah badan usaha yang dimiliki oleh orang perseorangan atau unit usaha perorangan, tidak termasuk perusahaan milik asing atau penanaman modal asing, dan ditentukan oleh kedua aset (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan penjualan tahunan.

Pendekatan kebijakan afirmatif untuk pemberdayaan UKM dilakukan oleh Pemerintah Indonesia sejak tahun 1966 hingga 1988. Dengan pendekatan ini, UKM dianggap sebagai sektor lemah yang perlu dibantu dengan berbagai program bantuan permodalan atau skema kredit, bantuan teknis, dan kerjasama perusahaan besar. Pendekatan ini disebut pendekatan berbasis pasar. Namun kebijakan ini belum berhasil meningkatkan kualitas UKM, khususnya di tingkat mikro dan kecil.

Untuk itu, sejak tahun 2000, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia melalui Program Sains dan Teknologi berusaha menerapkan pendekatan berbasis sosial. Dalam konsep social enterprise, melalui kerjasama dengan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) -Peneliti Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia dan akademisi pendidikan tinggi di seluruh Indonesia, setiap bantuan yang diberikan kepada pengusaha UMKM tidak lagi diberikan dalam bentuk modal finansial melainkan sebagai alih teknologi tepat guna. Setiap teknologi yang telah diterima akan diperlakukan sebagai pinjaman lunak dan harus dikembalikan oleh penerima manfaat kepada lembaga yang disebut Kelompok Intermediasi Alih Teknologi

(KIAT). Seluruh hasil pengembalian dana ini digunakan oleh KIAT untuk meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran bagi pengusaha UMKM sebagai penerima manfaat.

Disamping itu, perkembangan industri pangan halal di Indonesia juga diwarnai dengan berbagai kasus makanan haram yang sempat mengehohkan masyarakat Indonesia, terutama umat muslim, dimana temuan itu lantas menimbulkan kepanikan dikalangan masyarakat luas, termasuk para produsen produk pangan. Dari latar belakang tersebut, pemerintah Indonesia mulai merespon dengan mendirikan lembaga penjamin halal yang dikenal dengan sebutan LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika-Majelis Ulama Indonesia). Lalu, adanya Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 82/Menkes/SK/VIII/1996 tentang Pencantuman Tulisan “Halal” pada Label Makanan; Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 518 Tahun 2001 tentang Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan Dan Penetapan Pangan Halal; Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 519 Tahun 2001 tentang Lembaga Pelaksana Pemeriksaan Pangan Halal; UU Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan; UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Halal di Indonesia. Bagaimana Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Halal di Indonesia?

METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah *Library Research* (Studi Kepustakaan). Data-data yang dipergunakan dalam penyusunan karya tulis ini berasal dari berbagai literatur kepustakaan yang berkaitan dengan permasalahan yang dikaji. Beberapa jenis referensi utama yang digunakan adalah buku, jurnal, peraturan perundangan-undangan, dan prosiding edisi online, serta artikel ilmiah yang bersumber dari internet. Sumber data dan informasi didapatkan dari berbagai literatur dan disusun berdasarkan hasil studi dari informasi yang diperoleh. Penulisan diupayakan saling terkait antar satu sama lain dan sesuai

dengan topik yang dikaji. Data yang terkumpul diseleksi dan diurutkan sesuai dengan topik kajian. Kemudian dilakukan penyusunan karya tulis berdasarkan data yang telah dipersiapkan secara logis dan sistematis. Teknik analisis data bersifat deskriptif argumentatif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi industri UMKM halal di Indonesia sangat besar, mengingat jumlah konsumen muslim yang potensial. Namun demikian, segmen pasar konsumen muslim dan konsumen produk halal harus dibedakan berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi, seperti norma subjektif, sikap, niat membeli produk halal (Aisyah, 2017) dan tingkat religiusitas (Rahman, Asrarhaghghi, & Rahman, 2015). Pengetahuan tentang perilaku konsumen muslim Indonesia perlu digali agar UMKM halal Indonesia bisa memaksimalkan pasar domestik dan sekaligus ekspor. Potensi konsumen muslim tidak hanya di Indonesia, negara-negara Teluk dan negara Asia Tenggara lainnya dapat menjadi tujuan ekspor produk industri halal Indonesia. Potensi UMKM lainnya adalah pengelolaan industri halal berbasis teknologi. Beberapa pionir industri halal di Indonesia berawal dari ekonomi berbasis digital mulai dari industri perdagangan ritel hingga yang berada di pemukiman pedesaan.

Namun, lebih dari sepertiga total UMKM di Indonesia masih belum memanfaatkan teknologi digital (Deloitte, 2018). Padahal, pada 2015 diperkirakan masuknya UMKM ke ekonomi digital diharapkan mampu mendongkrak penjualan hingga 80% (Deloitte Access Economics, 2018). Kendala lain bagi ekonomi digital di UMKM adalah kurangnya edukasi dan kesadaran akan penggunaan teknologi dalam bisnis, serta ketersediaan infrastruktur yang belum merata di wilayah terdampak di Indonesia.

Dari sisi pendanaan, perbankan nasional telah menyalurkan minimal 20% dana pihak ketiga kepada UMKM (data pribadi Bank Indonesia). BUMN, bank syariah dan konvensional menyumbang 50% dari penyaluran dana ini. Akses pendanaan perlu diperluas agar UMKM dapat mengembangkan usahanya dengan lebih baik. Kendala pendanaan menjadi pertimbangan dalam beberapa peraturan

perundang-undangan, namun dalam praktiknya penyaluran kepada UMKM masih minim. Padahal, sumber pendanaan tidak hanya dari perbankan. Lembaga keuangan non bank di Indonesia juga dapat dijadikan sebagai sumber pendanaan jika dikelola dengan baik. Misalnya, fintech dan Modal Ventura Syariah. PNM Ventura Syariah, perusahaan milik negara yang menggunakan skema modal ventura syariah dalam pembiayaannya menyatakan bahwa selama beberapa tahun terakhir sulit untuk menemukan pelanggan yang benar-benar sesuai syariah. Namun dana yang akan dikucurkan oleh PNM Ventura Syariah juga terbatas, sehingga menjadi kendala untuk mengembangkan kegiatan usahanya lebih lanjut. Selain itu, dari sudut pandang pengusaha Muslim, keraguan atau kurangnya pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah menghambat pengusaha untuk bekerja sama dengan lembaga keuangan syariah atau perbankan syariah yang ada.

Kendala selanjutnya terkait sertifikasi halal. Esensi industri halal adalah jaminan bahwa produk dan jasa yang ditawarkan halal dan aman untuk dikonsumsi, khususnya bagi konsumen muslim. Kementerian K-UKM, dalam sesi focus group discussion yang diadakan pada 17 Oktober 2018, menjelaskan bahwa setidaknya ada 1.500 UMKM yang dibantu untuk pengajuan sertifikat halal, merek, hak cipta, dan lainnya. Di belakang,

Kendala yang dihadapi pengusaha UMKM adalah mahal biaya pengajuan sertifikasi halal dimana tidak semua pengusaha mampu membelinya. Kementerian K-UKM sempat menjelaskan bahwa sertifikasi halal tidak dipungut biaya, namun tidak banyak yang berminat. Kementerian K-UKM mengatakan masih harus menjalankan sistem petik bola, sehingga terjadi gap antara inisiatif Kementerian Koperasi-UKM dengan penerimaan para pengusaha UMKM.

Selain kendala biaya, banyak pengusaha yang tidak mengetahui syarat dan ketentuan dalam mengkategorikan barang dan jasa sebagai halal. Secara umum halal adalah barang dan jasa yang tidak mengandung alkohol dan babi. Badan Penjaminan Produk Halal (BPJPH) juga sempat menyebutkan bahwa halal juga mencakup segala sesuatu yang tidak mengandung zat yang dapat membahayakan tubuh. Kelemahan BPJPH adalah tidak tersedianya data yang terpusat dan lengkap

untuk memastikan UMKM mana yang belum mendapatkan sertifikasi halal dimana hal ini dapat menjadi sasaran sosialisasi.

Kendala lainnya adalah kurangnya sumber daya manusia (SDM) untuk mengawasi dan memantau kehalalan proses hulu hingga hilir. Saat ini, misalnya, jumlah petugas pengawas rumah potong hewan dan pasar tradisional masih kurang. Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia (KPMI) menyatakan, ada persoalan dari pengusaha yang belum mengajukan sertifikasi halal karena merasa terdesak untuk segera mengajukan sertifikasi. Rekomendasi untuk memiliki sertifikasi ini masih menjadi bahan pertimbangan pengusaha karena alasan bisnis. Pengusaha memahami bahwa pelanggan mereka tidak mengetahui sertifikasi halal, yang membuat mereka merasa bahwa mereka tidak memerlukan sertifikasi halal untuk bisnis mereka. Mereka juga tidak melihat adanya jaminan bahwa produk bersertifikat halal mereka lebih baik daripada produk mereka saat ini, dan tidak yakin bahwa biaya dan pengeluaran yang dikeluarkan untuk aplikasi dapat dipulihkan atau diganti dari hasil penjualan mereka selanjutnya.

Kendala SDM lainnya bagi industri halal adalah kurangnya karakter SDM yang baik. Lulusan saat ini terlihat bekerja di lembaga keuangan Islam; kebanyakan dari mereka tidak bekerja karena passion, tapi karena kebutuhan finansial. Minimnya karakter untuk memajukan industri keuangan syariah menjadi tanda bahwa harus ada pendidikan karakter yang baik bagi lulusan Ekonomi Syariah untuk dapat membantu memajukan industri halal Indonesia. Selain itu, banyak lulusan Ekonomi Islam yang tidak terserap ke lapangan kerja. OJK menyarankan pembahasan kurikulum dengan Kementerian Tenaga Kerja dan asosiasi tenaga kerja lainnya untuk mempersiapkan lulusan dengan keterampilan yang tepat.

Selain usaha, UMKM juga kesulitan dalam mencari mentor untuk konsultasi pengembangan usaha, agar bisa berkembang dari usaha mikro ke usaha kecil, dari usaha kecil ke usaha menengah, dan dari usaha menengah ke usaha besar. Pengusaha UMKM membutuhkan pendampingan agar bisnis lebih kompetitif dalam ekonomi digital. Situs belanja online atau marketplace memiliki sarana untuk memperkenalkan lembaga keuangan syariah kepada UMKM. Namun, hanya

segelintir pengusaha yang menggunakan layanan tersebut. Berdasarkan pernyataan tersebut, menjadi indikasi bahwa ketidaktahuan pelaku UMKM Indonesia terhadap layanan keuangan digital berpotensi menjadi sumber permodalan untuk mengembangkan usaha. Peluang dan Ancaman UMKM dalam Mendukung Industri Halal Berdasarkan gambaran kondisi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia, peluang dan tantangan pengembangan UMKM diidentifikasi sebagai berikut:

Aspek	Peluang	Tantangan
Demografi	Banyaknya umat Islam di Indonesia	Umat Islam di Indonesia belum sadar akan pentingnya mengkonsumsi produk halal
Market	1) Sejumlah besar Muslim adalah target pemasaran potensial 2) Negara-negara Timur Tengah adalah target pemasaran potensial	1) Harapan yang harus dipenuhi oleh konsumen muslim yaitu norma subjektif, sikap, niat beli dan religiusitas 2) Kemampuan ekspor UMKM masih rendah.
Ekonomi Digital	Beberapa pionir industri UMKM halal berawal dari ekonomi berbasis digital	1) Sepertiga UMKM di Indonesia belum masuk teknologi digital 2) Kurangnya akses hasil Litbang yang memanfaatkan

		teknologi untuk memaksimalkan produk (output)
Pendanaan	<ol style="list-style-type: none"> 1) Sedikitnya 20% pinjaman perbankan disalurkan ke UMKM, bank BUMN mencapai 50% 2) Mengatur regulasi kegiatan pendanaan kepada UMKM 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pada prakteknya penyaluran dana kepada UMKM masih minim 2) Untuk pendanaan, mayoritas pola pikir para pengusaha masih terfokus pada industri perbankan
Sertifikat Halal	<ol style="list-style-type: none"> 1) Sudah ada Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang mengatur tentang kewajiban memiliki sertifikat halal, termasuk bagi UMKM. 2) Adanya program subsidi sertifikat halal dari Kementerian Koperasi dan UKM dan Provinsi tertentu pemerintah 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Sertifikat halal masih mahal 2) Program subsidi sertifikat halal belum tersosialisasi dengan baik 3) Data yang disimpan BPJPH terbatas 4) SDM yang kurang memadai untuk mengawasi halal hulu dan hilir
Bisnis	Tersedianya situs online yang dapat menghubungkan	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kesulitan mencari mentor yang mendukung dan

	<p>pengusaha UMKM dengan penyedia fasilitas pembiayaan</p>	<p>membiyai bisnis 2) Kurangnya infrastruktur bisnis di sekitar kegiatan bisnis</p>
--	--	---

Sumber: Indonesia Islamic Economic Masterplan 2019-2024

Kebutuhan pendampingan usaha diperlukan untuk tiga hal, yaitu cara berdagang (how to sell), cara memperoleh pembiayaan (how to fund), dan cara menjalankan (how to operation). Ketiga hal tersebut sangat penting dalam mendorong UMKM untuk berperan besar dalam mendongkrak PDB perekonomian Indonesia. Meskipun sektor UMKM memiliki potensi dan peluang yang besar, namun juga banyak tantangan dalam mencapai potensi tersebut. Berdasarkan uraian di atas dan informasi tambahan yang diperoleh melalui Focus Group Discussion, terdapat enam isu yang teridentifikasi, yaitu: kurangnya pemahaman dan kesadaran akan pentingnya produk halal, perlunya pendampingan untuk meningkatkan kemampuan manajerial wirausahawan agar mampu melakukan penciptaan nilai, pendanaan atau penyaluran dana kepada UMKM, baik dari sisi pemasok yang persyaratannya tidak berlaku bagi UMKM, maupun karena kurangnya pengetahuan dalam mengajukan dana dari lembaga keuangan syariah, prasarana kegiatan usaha yang masih tertinggal, seperti lambatnya proses pengurusan izin usaha, tenaga kerja yang memiliki keahlian relatif sedikit, insentif perpajakan yang kurang, dan kemudahan akses fasilitas untuk melakukan inovasi produk, belum adanya platform digital terintegrasi yang mendata industri halal UMKM termasuk jenis usaha, produk, dan lokasi yang dapat mempertemukan pengusaha yang membutuhkan dana berlebih dan kurangnya akses hasil Litbang yang menggunakan teknologi untuk memaksimalkan produk (output).

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Peluang dan Tantangan Pengembangan UMKM di industri UMKM halal di Indonesia, mengingat jumlah konsumen Muslim yang potensial. Potensi industri UMKM halal di Indonesia sangat besar, mengingat jumlah konsumen Muslim yang

potensial. Pengetahuan tentang perilaku konsumen muslim Indonesia perlu digali agar UMKM halal Indonesia bisa memaksimalkan pasar domestik dan sekaligus ekspor. Potensi konsumen muslim tidak hanya di Indonesia, negara-negara Teluk dan negara Asia Tenggara lainnya dapat menjadi tujuan ekspor produk industri halal Indonesia. Potensi UMKM lainnya adalah pengelolaan industri halal berbasis teknologi. Beberapa pionir industri halal di Indonesia berawal dari ekonomi berbasis digital mulai dari industri perdagangan ritel hingga yang berada di pemukiman pedesaan. Disamping itu, beberapa hal yang menjadi Peluang dan Tantangan Pengembangan UMK di industri UMKM halal di Indonesia mulai dari Aspek Demografi, Market, Ekonomi Digital, Pendanaan, dan juga Sertifikat Halal bagi UMKM di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd-Rahman, A., Asrarhaghighi, E., & Ab-Rahman, S. (2015). Consumers and Halal cosmetic products: knowledge, religiosity, attitude and intention. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 148–163.
- Aisyah, R. 2017. Rimpang Kunyit (*Curcuma domestica* Val.). <http://www.google.id/url?sa=http://eprints.ums.ac.id/50575/9/rimpang-kunyit-curcuma-domestica-val>. di akses 27 Februari 2022.
- Aisyah, R. Data Point to Slowdown in Indonesian Amid Ongoing Trade War. Available online:<https://www.thejakartapost.com/news/2019/07/16/data-points-to-slowdown-in-indonesian-economy-amid-ongoing-trade-war.html> di akses 27 Februari 2022.
- Cameli, Rida. 2016. Perspektif Halal. Artikel diakses pada (<http://bimasislam.kemenag.go.id/post/opini/perspektif-halal>) 27 Februari 2022.
- Demirci, Marin Neio dkk. 2016. Positioning Food Safety in Halal Assurance. *Journal of Food Control* Vol. 70 December 2016. Diakses 27 Februari 2022..
- Faidah, Mutimmatul. 2017. Sertifikasi Halal Indonesia dari Civil Society Menuju Relasi Kuasa Antara Negara dan Agama. *Jurnal Studi Keislaman Islamica* Volume 11, Nomor 2, Maret 2017. Diakses 27 Februari 2022.
- Deloitte. 2018. Millennials disappointed in business, unprepared for Industry 4.0. India : Deloitte Millennial Survey
- Tambunan, T.T. The impact of the economic crisis on micro, small, and medium enterprises and their crisis mitigation measures in Southeast Asia with reference to Indonesia. *Asia Pac. Policy Study*. 2019, 6, 19–39.