

Laporan Penelitian



Literasi dan Inklusi Produk Halal Indonesia

Studi Wilayah Eks Karesidenan Pekalongan

*Peneliti
Kuat Ismanto, dkk.*

**Pusat Kajian Halal
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2023**

Alamat:

Gedung Perkuliahan Terpadu (GPT) Lt. 1 Kampus 2 Kajen

Jl. Pahlawan No. 5 Kajen Kabupaten Pekalongan Jawa Tengah Indonesia

Email: halalcenter@uingusdur.ac.id

Website: <https://lp2m.uingusdur.ac.id>.

PELAKSANA SURVEI

Pengarah

Prof. Dr. H. Imam Kanafi, M. Ag.

(Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat)

Penyusun Desain

Heriyanto, M.Si.

(Sekretaris Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat)

Ketua Peneliti

Dr. Kuat Ismanto, M. Ag.

(Kepala Pusat Kajian Halal)

Staf Peneliti

Ira Farmawati, S.Pd.I.

(Staf Administrasi LP2M)

DAFTAR ISI

PELAKSANA SURVEI	1
DAFTAR ISI	2
KATA PENGANTAR.....	3
1. PENDAHULUAN	4
2. METODE SURVEI.....	4
3. PROFIL RESPONDEN	5
4. LITERASI.....	7
5. INKLUSI	9
6. PEMBAHASAN	12
7. PENUTUP	14
8. REFERENSI	14

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur kehadiran Allah SWT, survei ini bisa diselesaikan. Shalawat dan salam semoga tercurah ke Baginda Rasulullah Muhammad SAW. Survei ini dilaksanakan oleh Pusat Kajian Halal (*Halal Center*) UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Lembaga ini telah berfungsi sebagai Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LP3H) yang bertugas mendampingi (melalui Petugas Pendamping Proses Produk Halal (P3H)) para pelaku usaha untuk memperoleh sertifikat halal yang diselenggarakan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kemenag RI dalam program SEHATI (Sertifikasi Halal Gratis).

Survei ini bertujuan untuk mengetahui tingkat literasi dan inklusi civitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan khususnya, dan masyarakat wilayah eks Karesidenan Pekalongan pada umumnya, terkait dengan produk halal/produk berlabel halal. Urgensi survei ini adalah sebagai peta informasi perkembangan produk halal di daerah untuk *positioning*-nya di Indonesia. Saat ini, Pemerintah RI melalui BPJPH sedang menyelenggarakan program sertifikasi halal gratis (*Self Declacre*) bagi pelaku usaha kecil dan mikro.

Dengan pelaksanaan survei ini diharapkan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Bagi akademisi sebagai bahan informasi riset selanjutnya dan bagi BPJPH sebagai bahan informasi pengambilan kebijakan. Maka dari itu, kritikan dan masukan yang membangun dari berbagai pihak untuk perbaikan survei berikutnya sangat diharapkan.

Pekalongan, 23-10-2023

Ketua

Ttd

Dr. Kuat Ismanto, M.Ag.

1. PENDAHULUAN

Industri halal telah tumbuh dan berkembang di Indonesia dan mancanegara dengan cepat belakangan ini. Bahkan, negara Non-muslim seperti Thailand mengembangkan industri halal bidang pariwisata (Chookaew et al., 2015). Indonesia juga tidak ketinggalan dalam bidang industri ini dengan melakukan penyelenggaraan program sertifikasi halal produk. Bidang industri halal ini meliputi produk dalam jumlah yang banyak di antara pakaian, wisata, kosmetik, makanan dan minuman, keuangan dan perbankan, farmasi, dan lainnya (Thomson & Standar, 2018). Produk halal menjadi barometer utama dalam pengembangan industri halal. Maka dari itu pengetahuan dan penggunaan atas produk tersebut oleh masyarakat sebagai konsumen menjadi hal penting untuk diketahui. Keinginan Indonesia menjadi pusat halal dunia menjadikan survei literasi dan inklusi produk halal penting untuk dijalankan.

Bidang industri halal meliputi berbagai produk, seperti *fashion*, kosmetik, pariwisata, keuangan dan perbankan syariah, farmasi, makanan dan minuman, dan lainnya (Thomson Reuters, 2021). Pariwisata halal menjadi bidang yang populer karena berkaitan dengan bidang lainnya (MastercardCrescentrating, 2023). Indonesia menjadi negara yang konsen atas industri halal ini dengan menyusun program dan kebijakan seperti menerbitkan Undang-undang jaminan produk halal No.33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal. Upaya ini didukung pula oleh kebijakan lain yang mendukung ke arah tersebut, seperti penyelenggaraan sertifikasi produk halal oleh BPJPH Kemenag RI.

Pusat Kajian Halal (Halal Center) UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekaongan, sebagai lembaga yang berada di bawah Kementerian Agama RI, menyelenggarakan survei yang bertujuan untuk pemetaan pengetahuan produk halal bagi kalangan civitas akademika kampus khususnya, dan masyarakat eks karesidenan Pekalongan pada umumnya. Hasil survei ini diharapkan bermanfaat bagi kelembagaan dan masyarakat pada umumnya yang berkepentingan terhadap pengembangan industri halal. Pemetaan ini menjadi penting sebagai pendukung upaya Indonesia menjadi pusat halal dunia.

2. METODE SURVEI

Survei ini diawali dari pemetaan fokus kajian sesuai kebutuhan, dilanjutkan dengan penyusunan kuesioner, dan dilanjutkan pada penyebaran kuesioner. Penelitian survei dipilih karena merupakan metode yang paling cocok untuk memperoleh pendapat publik (Morrison, 2016). Kuesioner didistribusikan melalui *google form* yang disebar ke berbagai calon responden, baik melalui grup WA maupun individu. Dari penyebaran kuesioner diperoleh 103 responden yang telah mengisi dengan baik. Penyebaran kuesioner dilaksanakan selama 1 bulan (18-09-2023-18-10-2023). Responden survei ini adalah masyarakat yang berkenan mengisi kuesioner secara sukarela (*convenience sample*) (Sekaran, 2009). Penentuan level

literasi dan inklusi menggunakan skala: di bawah 25% dikategorikan rendah, 26%-50% dikategorikan cukup, 51%-75% dikategorikan tinggi, dan 76%-100% dikategorikan sangat tinggi.

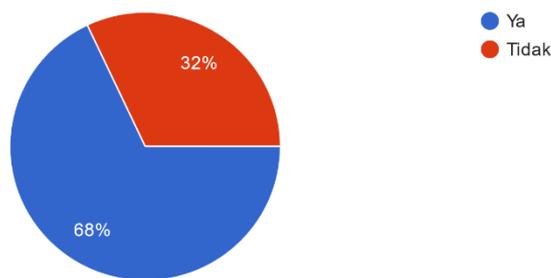
3. PROFIL RESPONDEN

Pada profil responden disajikan informasi tentang ketersebaran responden, pekerjaan, usia, domisili, dan agama. Profil ini digunakan untuk melihat karakteristik responden.

a. Ketersebaran Responden

Responden survei ini adalah masyarakat umum, baik civitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan maupun bukan. Sebanyak 68% responden merupakan civitas akademika Perguruan Tinggi dimana, Halal Center bernaung di dalamnya. Sementara itu, 32% responden bukan anggota civitas akademika (lihat gambar 3.1.)

Civitas Akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
103 jawaban



Gambar 3.1. Ketersebaran Responden

b. Pekerjaan

Berkaitan dengan pekerjaan, responden memiliki distribusi pekerjaan yang mendominasi. Kelompok responden terbesar memiliki pekerjaan wisaswasta/pengusaha/pekerja mandiri/pekerja rumah tangga sebesar 37,9%, sebagai pegawai/staf pada institusi pemerintah/swasta/BUMN sebanyak 29,1%, dosen/staf pengajar Perguruan Tinggi sebanyak 26,2%. Sisanya, 7,2% memiliki pekerjaan sebagai guru/staf pendidik pada sekolah negeri maupun swasta (lihat gambar 3.2).

Pekerjaan Responden

103 jawaban



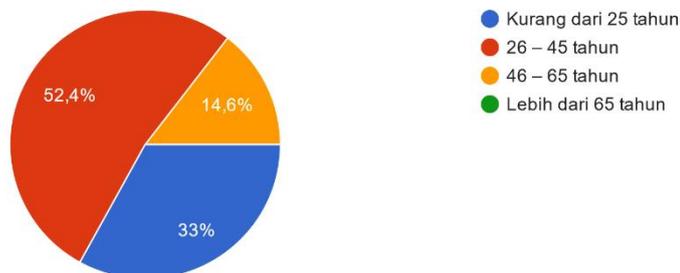
Gambar 3.2. Pekerjaan Responden

c. Usia

Berkaitan dengan usia responden, mayoritas berusia produktif 26-45 tahun sebesar 52,4%. Responden kedua mayoritas berusia muda, kurang dari 25 tahun sebesar 33%. Sedangkan sisanya, 14,6% berusia dewasa 46-65 tahun (lihat gambar 3.3).

Umur/Usia Responden

103 jawaban



Gambar 3.3. Usia Responden

d. Domisili

Mayoritas responden (90,3%) berdomisili di wilayah eks karesidenan Pekalongan yang meliputi Kota dan Kabupaten Pekalongan, Kabupaten Batang, Kota dan Kabupaten Tegal, dan Kabupaten Brebes. Selebihnya, 9,7% berasal dari eks karesidenan Pekalongan (lihat gambar 3.4). Daerah ini merupakan wilayah kerja dari LP3H UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Domisili Responden

103 jawaban



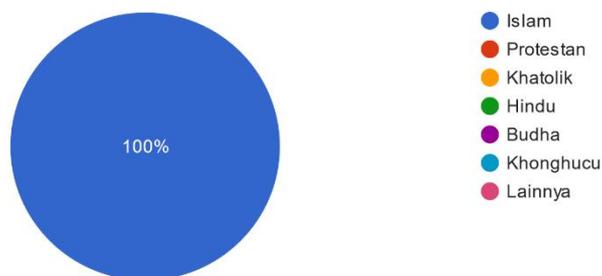
Gambar 3.4. Domisili Responden

e. Agama

Produk halal tidak hanya untuk umat Islam semata, namun juga untuk kaum non muslim. Produk halal ini tidak hanya dimaknai sebagai perwujudan ketaatan kepada Tuhan, tetapi juga bisa dimaknai sebagai produk yang mengandung kesehatan, kebaikan, aman, dan Hieginis (Ambali & Bakar, 2014). Mayoritas responden beragama Islam 100% (lihat gambar 3.5).

Agama Responden

103 jawaban



Gambar 3.5. Agama Responden

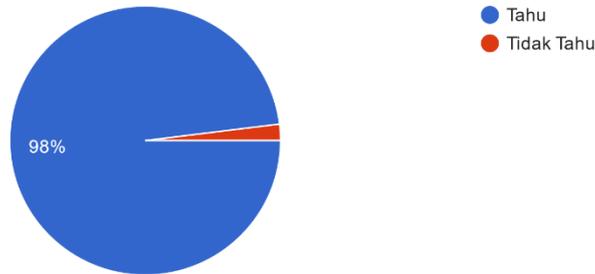
4. LITERASI

a. Pengetahuan Produk Halal/Berlabel Halal

Mayoritas responden telah mengetahui produk halal dan produk berlabel halal, yaitu 80%. Sebagian kecil saja, 2% belum mengetahui produk halal dan produk berlabel halal (lihat gambar 4.1.).

Apakah Saudara tahu produk halal/produk berlabel halal?

102 jawaban



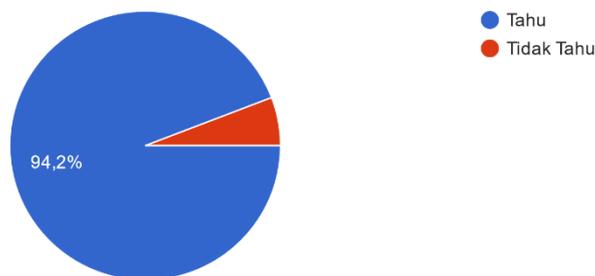
Gambar 4.1. Pengetahuan Produk Halal

b. Pengetahuan Penerbit Sertifikat Halal

Mayoritas responden mengetahui BPJPH Kemenag RI sebagai penerbit sertifikat halal. Sebanyak 5,8% responden tidak mengetahui bahwa BPJPH adalah lembaga penerbit sertifikat halal (lihat gambar 4.1.).

Apakah Saudara tahu, jika BPJH Kemenag RI adalah lembaga penerbit sertifikat halal Indonesia?

103 jawaban



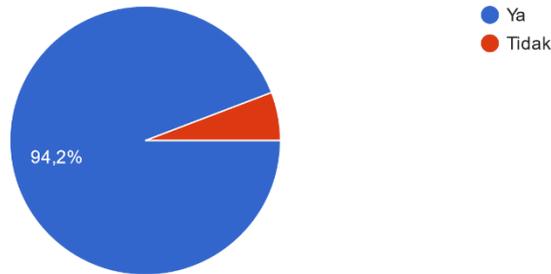
Gambar 4.1. Pengetahuan Penerbit Sertifikat Halal

c. Pengetahuan Logo Halal

Mayoritas responden sebanyak 94,2% telah mengetahui logo halal yang baru. Sisanya, 5,8% tidak atau belum mengetahui logo yang baru (lihat tabel 4.2.).

1Apakah Saudara tahu logo halal Indonesia yang baru?

103 jawaban



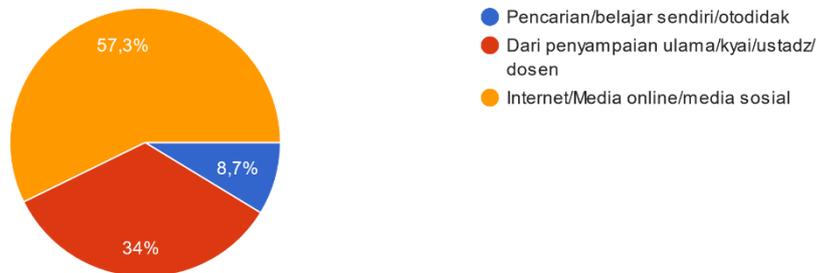
Gambar 4.2. Pengetahuan Logo Halal

d. Sumber Pengetahuan

Sebanyak 57,3% responden mengetahui produk halal dari internet/media online/media sosial. Ada punya 34% bersumber dari penyampaian kyai/ustadz/dosen dan lainnya. Sebanyak 8% bersumber dari pencarian mandiri/belajar sendiri/otodidak (lihat gambar 4.3.).

Dari mana sumber pengetahuan Saudara tentang produk halal?

103 jawaban



Gambar 4.3. Sumber Pengetahuan

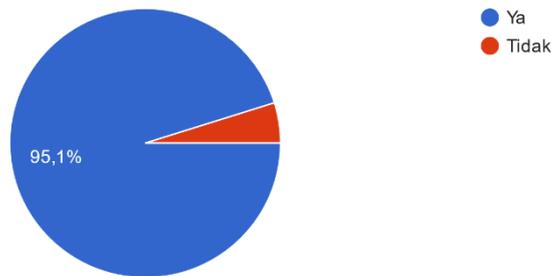
5. INKLUSI

Inklusi adalah sebuah pendekatan untuk membangun lingkungan yang terbuka untuk siapa saja dengan latar belakang dan kondisi yang berbeda-beda. Dalam kaitan produk halal, maka inklusi adalah keterbukaan masyarakat terhadap produk halal, baik terkait dengan pembelian maupun dukungannya. Dalam survei ini terdapat beberapa aspek yang ditanyakan diantaranya label halal, informasi, pembelian, dukungan, dan lainnya.

a. Pertimbangan Label Halal

Responden memiliki pertimbangan label halal ketika melakukan pembelian produk yang akan dikonsumsi sehari-hari sebesar 95,1%. Selebihnya, 4,9% tidak mempertimbangkan label halal (lihat gambar 5.1.).

Apakah Saudara mempertimbangkan label halal saat membeli produk?
103 jawaban

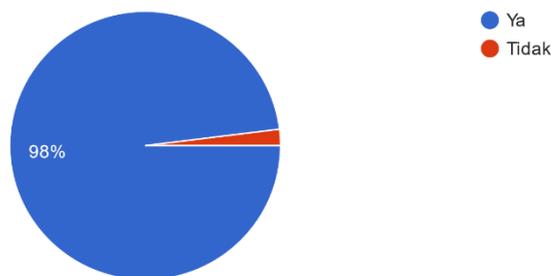


Gambar 5.1. Pertimbangan Halal

b. Prioritas Konsumsi Produk Halal

Mayoritas responden, sebesar 98% juga menjadikan produk halal sebagai prioritas konsumsi sehari-hari. Hanya 2% saja yang tidak mempertimbangkannya (lihat gambar 5.2.).

Apakah produk halal menjadi prioritas Saudara dalam mengonsumsi produk sehari-hari?
102 jawaban



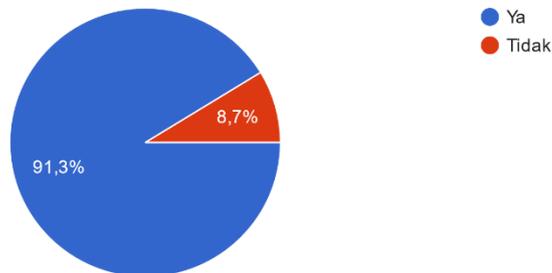
Gambar 5.2. Prioritas Produk Halal

c. Kemudahan Informasi Produk Halal

Mayoritas juga menyatakan kemudahan untuk memperoleh informasi produk halal sebesar 91,3%. Sebanyak 8,7% responden menyatakan tidak mudah untuk memperoleh produk halal (lihat gambar 5.3.).

Apakah Saudara Mudah memperoleh informasi tentang produk halal?

103 jawaban



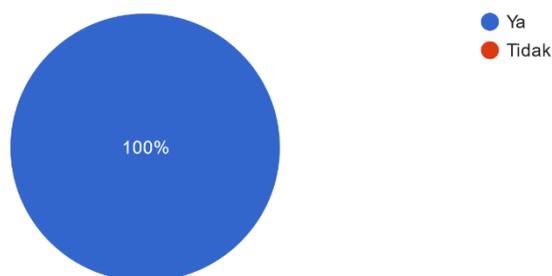
Gambar 5.3. Kemudahan Informasi Produk Halal

d. Penyelenggaraan Sertifikasi Halal

Semula, penyelenggaraan sertifikasi halal diselenggarakan oleh Majelis Ulama Indonesia, namun sekarang telah beralih ke BPJPH Kemenag RI. Mayoritas responden sebanyak 100% mendukung penyelenggaraannya oleh BPJPH Kemenag RI (lihat gambar 5.4).

Apakah Saudara setuju dengan penyelenggaraan sertifikasi halal bagi pelaku usaha oleh BPJPH Kemenag RI?

102 jawaban



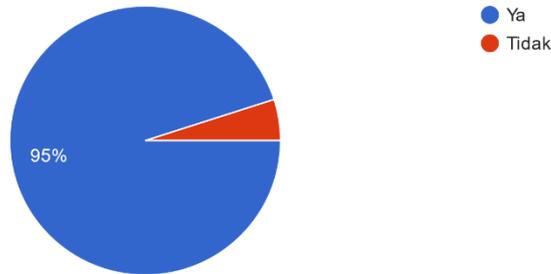
Gambar 5.4. Penyelenggaraan Sertifikasi Halal

e. Kemudahan Akses Produk Halal

Kemudahan akses memperoleh produk halal merupakan kunci utama untuk inklusi produk halal. Mayoritas responden sebanyak 95% menyatakan bahwa mereka memiliki kemudahan untuk memperoleh/membeli produk halal. Sebanyak 5% lainnya menyatakan tidak mudah (lihat gambar 5.5.).

Apakah Saudara mudah memperoleh/membeli produk berlabel halal?

101 jawaban



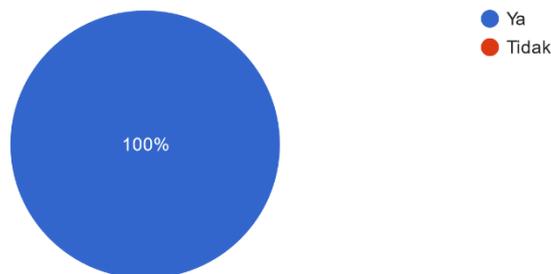
Gambar 5.5. Kemudahan Produk Halal

f. Pusat Halal Dunia

Presiden RI Joko Widodo menginginkan Indonesia menjadi Pusat Halal Dunia (<https://www.cnbcindonesia.com/19-10-2023>). Keinginan ini telah didukung oleh berbagai kebijakan dengan menyusun program sertifikasi halal gratis bagi usaha kecil dan mikro. Dari responden yang dimintai pendapat soal ini, mereka 100% setuju jika Indonesia menjadi pusat Halal Dunia (lihat gambar 5.6.).

Apakah Saudara setuju jika Indonesia menjadi Produsen/Pusat Halal dunia?

102 jawaban



Gambar 5.6. Persetujuan Pusat Halal

6. PEMBAHASAN

Dari paparan data di atas, maka hasil survei tentang literasi dan inklusi produk halal dirangkum sebagai berikut:

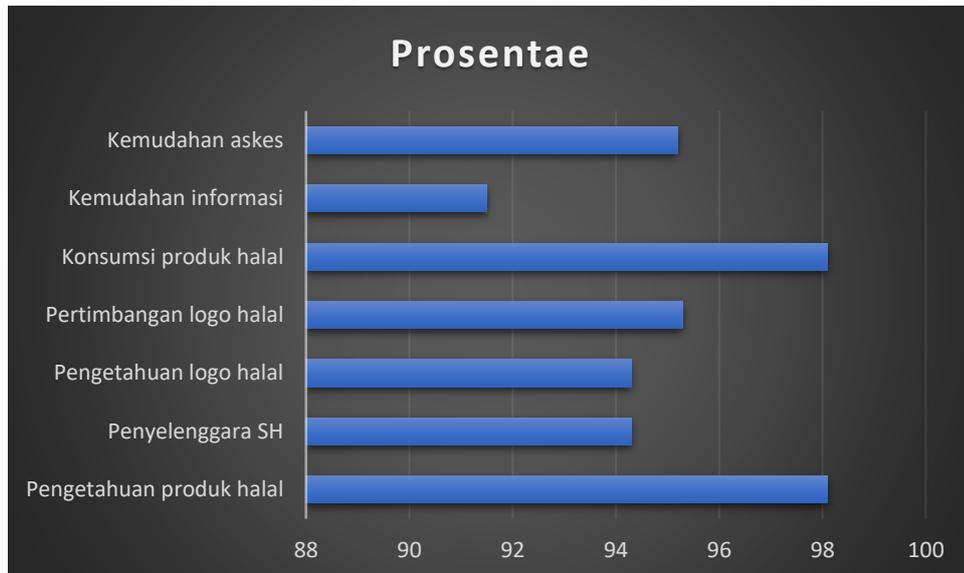
Tabel 6.1. Ringkasan Hasil

Aspek	Prosentase	Level
Pengetahuan produk halal	98,1%	Tinggi
Penyelenggara SH	94,3%	Tinggi
Pengetahuan logo halal	94,3%	Tinggi
Pertimbangan logo halal	95,3%	Tinggi

Konsumsi produk halal	98,1%	Tinggi
Kemudahan informasi	91,5%	Tinggi
Kemudahan akses	95,2%	Tinggi

Sumber: data diolah 2023

Data tabel 6.1. di atas disajikan dalam diagram berikut.



Gambar 6.1. Prosentase Jawaban Responden

Responden yang mayoritas berasal dari civitas UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan memiliki literasi dan inklusi yang tinggi. Pada literasi, responden telah memiliki pengetahuan tentang produk halal yang baik, tidak terkecuali pengetahuannya tentang logo halal yang baru. Terkait dengan inklusi, responden menyambut positif dengan adanya sertifikasi halal untuk produk yang beredar di Indonesia. Mereka juga menyatakan mudah memperoleh dan membeli produk halal. Sumber pengetahuan mereka berasal dari pihak lain seperti kyai dan ustadz. Mereka juga sepakat jika Indonesia menjadi pusat halal dunia.

Literasi yang baik yang dimiliki oleh masyarakat di daerah memberi peluang bagi Indonesia untuk menjadi pusat halal dunia. Keinginan itu bisa terwujud jika literasi dan inklusi masyarakat di daerah dalam kondisi yang baik. Demikian halnya dengan inklusi yang dimiliki oleh responden ini juga bisa menjadi model yang baik. Pengetahuan yang baik ini memiliki kesamaan di daerah lain seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Pontianak (Malini, 2021). Dari berbagai riset menunjukkan bahwa literasi akan berdampak pada konsumsi (Pratama & Hartati, 2020; Setyowati & Anwar, 2022). Literasi akan berdampak pada kesadaran, seperti pada kasus kosmetik halal (Ambo & Sapir, 2021).

7. PENUTUP

Dari sajian data dan pembahasan, maka bisa disimpulkan bahwa literasi dan inklusi civitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan khususnya, dan masyarakat eks-karesidenan Pekalongan pada umumnya, dikategorikan tinggi. Semua jawaban berada di atas 75%. Dari sisi literasi, pengetahuan mereka tinggi dengan contoh telah mengetahui produk halal dan produk berlabel halal. Dari sisi inklusi, juga dikategorikan tinggi karena mereka terbuka untuk mengkonsumsi produk halal serta dukungannya untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat halal dunia.

Survei ini memiliki beberapa kelemahan, di antaranya jumlah responden yang masih terbatas. Untuk itu, jumlahnya bisa dinaikkan pada survei tahun berikutnya. Waktu yang digunakan survei terbatas, maka perlu diperpanjang.

8. REFERENSI

- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-makers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121(September 2012), 3–25. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1104>
- Ambo, N. I., & Sapir, A. S. M. (2021). Halal Cosmetic Literacy Among Muslim Males in Malaysia. *International Conference on Education Research (InCER 2020)*, 1(January), 788–803.
- Chookaew, S., Charatarawat, J., Sriprasert, P., & Nimpaya, S. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(7). <https://doi.org/10.7763/JOEBM.2015.V3.277>
- Malini, H. (2021). Small and Medium Enterprises Halal Literacy Measurement During Covid-19 Pandemic. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 2(2), 110. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v2i2.3345>
- MastercardCrescentrating. (2023). *Global Muslim Travel Index 2023* (Issue June). https://www.crescentrating.com/download/thankyou.html?file=iycPeNNH_G_MTI_2023_Report_-_Final_Version_-_1st_June.pdf
- Morrisan. (2016). *Metode Penelitian Survei*. Penerbit Kencana.
- Pratama, D. B., & Hartati, N. (2020). Pengaruh Literasi Halal dan Religiositas Terhadap Konsumsi Produk Halal Pada Mahasiswa MKS UIN Sunan Gunung Djati Bandung. *Finansha- Journal of Sharia Financial Management*, 1(2), 1–12.
- Sekaran, U. (2009). Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Research Methods for Business). In 1.
- Setyowati, A., & Anwar, M. K. (2022). Pengaruh Literasi Halal dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten Madiun. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 16(1), 108–124. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v16i1.108-124>

Thomson, R., & Standar, D. (2018). *State of the Global Islamic Economy Report 2018/19*. <https://salaamgateway.com/news>

Thomson Reuters, D. S. (2021). *State of The Global Islamic Economy Report 2018/19*.
In *Dubai International Financial Centre*.
<https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>