

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Objek Penelitian

1.1.1 UMKM dan IKM

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai entitas usaha yang dimiliki dan dikelola oleh perorangan atau kelompok kecil, dengan kriteria tertentu berdasarkan jumlah aset dan pendapatan. UMKM beroperasi secara independen, tidak menjadi bagian dari atau berafiliasi dengan perusahaan lain sebagai anak perusahaan atau cabang (Tieman et al., 2012).

Halal Compliance memainkan peran penting untuk mengurangi risiko dalam sistem *supply chain* UMKM dengan menerapkan mekanisme pengawasan yang ketat, sehingga memperkuat daya tahan sistem rantai pasok secara keseluruhan (Hendayani & Fernando, 2023b). Selain itu, penerapan standar halal memungkinkan UMKM agar dapat beradaptasi dengan berbagai perubahan regulasi serta harapan konsumen, sehingga UMKM dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk menjaga ketahanan rantai pasok sekaligus membangun kepercayaan konsumen (Ab Talib et al., 2017).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta Industri Kecil dan Menengah (IKM) tentunya memiliki perbedaan mendasar dalam beberapa aspek. UMKM didefinisikan berdasarkan kriteria aset dan omzet tahunan yang dicantumkan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah ke dalam tabel 1.1 berikut:

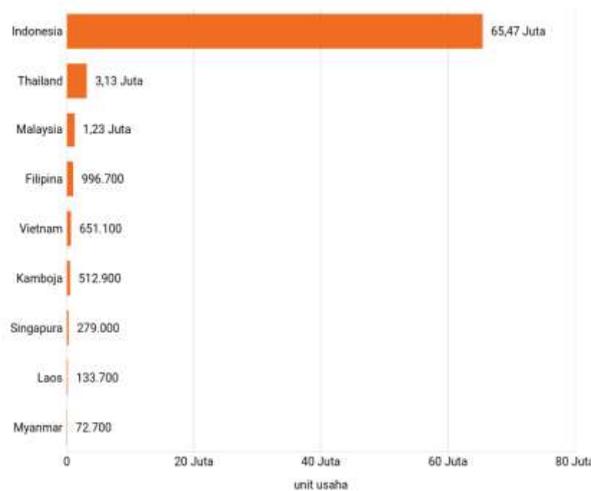
Tabel 1. 1
Kriteria Aset dan Omzet Tahunan UMKM

Kategori Usaha	Modal	Omzet
Mikro	Maksimal Rp1 miliar	Maksimal Rp2 miliar

Kecil	> Rp1 miliar – Rp5 miliar	> Rp2 miliar – Rp15 miliar
Menengah	> Rp5 miliar – Rp10 miliar	> Rp15 miliar – Rp50 miliar

Sumber: Hasil Olah Data Penulis (2024)

Sementara itu, IKM dikategorikan berdasarkan jumlah tenaga kerja dan nilai penanaman modalnya. Berdasarkan Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 64/M-IND/PER/7/2016, industri kecil mempekerjakan 5 hingga 19 orang dengan nilai investasi kurang dari Rp1 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan; industri menengah mempekerjakan 20 hingga 99 orang dengan nilai investasi antara Rp1 miliar hingga Rp15 miliar. Kemudian, perbedaan lainnya terletak pada fokus operasional; IKM lebih berorientasi pada kegiatan manufaktur dan produksi barang, sedangkan UMKM mencakup berbagai sektor termasuk perdagangan dan jasa (Faiqotul Himma, 2023). Selain itu, legalitas dan perizinan UMKM diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 98 Tahun 2014 dan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 46 Tahun 2009, sementara IKM diatur dalam Peraturan Pemerintah Tahun 2015 terkait Izin Usaha Industri. Dengan demikian, UMKM dan IKM mempunyai perbedaan dalam hal kriteria klasifikasi, fokus operasional, dan regulasi yang mengaturnya.

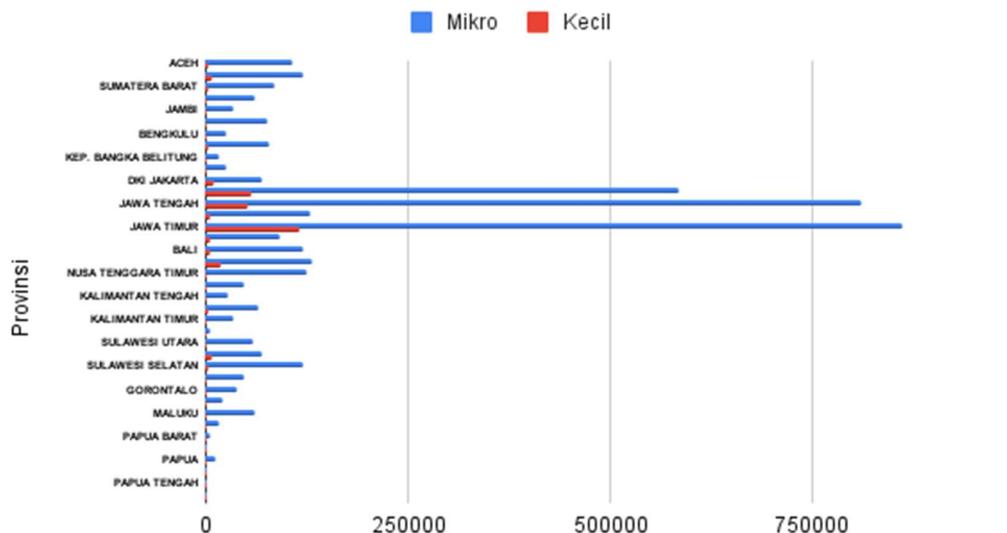


Gambar 1. 1 Jumlah UMKM di Indonesia

Sumber: Kataboks (2022)

Berdasarkan gambar 1.1 yang didapat dari *ASEAN Investment Report 2022*, Indonesia memiliki jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbesar di kawasan ASEAN, mencapai 65,46 juta unit pada tahun 2021, yang menyumbang sekitar 99% dari total unit usaha di Indonesia (ASEAN, 2022). Pada tahun yang sama, UMKM Indonesia menyerap 97% tenaga kerja nasional dan berkontribusi sebesar 60,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (ASEAN, 2022). Dilanjutkan, kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional relatif rendah, hanya sekitar 14,4%. Data ini menegaskan peran krusial UMKM dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam penciptaan lapangan kerja dan kontribusi terhadap PDB. Namun, rendahnya kontribusi terhadap ekspor menunjukkan perlunya peningkatan daya saing dan akses pasar internasional bagi UMKM Indonesia.

Persebaran Mikro dan Kecil di Provinsi Indonesia



Gambar 1. 2 Persebaran Usaha Mikro dan Kecil per Provinsi di Indonesia

Sumber: bps.go.id (2024)

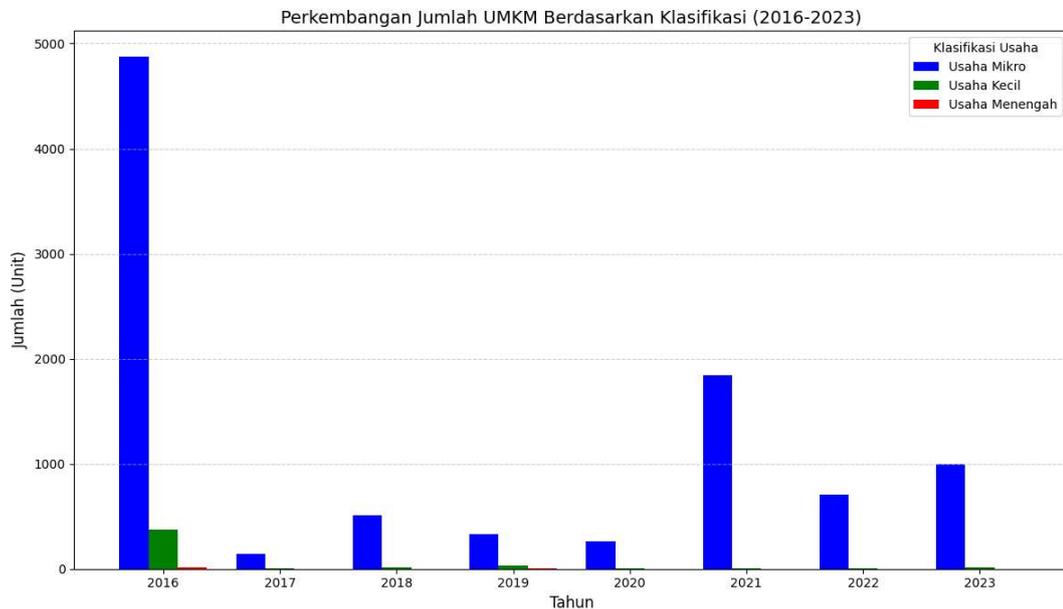
Berdasarkan gambar 1.2 tersebut, persebaran Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Indonesia menunjukkan konsentrasi yang signifikan di Pulau Jawa. Menurut hasil Sensus Ekonomi pada tahun 2016. Pada provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa

Timur dapat menyumbang sekitar 50% dari total UMK di Indonesia (BPS, 2016). Secara keseluruhan, Pulau Jawa menjadi pusat aktivitas UMK, dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap total UMK nasional. Provinsi lain di luar Jawa dengan jumlah UMKM yang besar antara lain adalah Sumatera Utara dan Sulawesi Selatan. Data ini mengindikasikan bahwa Pulau Jawa merupakan pusat utama kegiatan UMKM di Indonesia, meskipun provinsi lain juga tetap memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian melalui sektor UMKM.

1.1.2 UMKM dan IKM Bandung

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang strategis di dalam sistem perekonomian nasional. UMKM juga berkontribusi dalam percepatan pemerataan pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan peluang usaha dan lapangan kerja (Pertisia Ginting et al., 2019). Dilanjutkan, bahwa UMKM juga menjadi instrumen penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, kemudian mendukung peningkatan perolehan devisa, serta memperkuat struktur perekonomian nasional. Peran ini menjadikan UMKM sebagai salah satu pilar utama dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan (Musa Hubeis, 2009).

Sebagai salah satu kota di Jawa Barat, Kota Bandung dan daerah Bandung sekitarnya memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) atau Industri Kecil Menengah (IKM) yang merupakan bagian dari UMKM itu sendiri (Pertisia Ginting et al., 2019). Secara historis, perkembangan UMKM khususnya di sektor pangan di Kota Bandung mulai menunjukkan peningkatan yang signifikan sejak awal tahun 2000-an. Fenomena ini tidak terlepas dari dinamika pertumbuhan ekonomi kota yang secara konsisten menunjukkan tren positif dari tahun ke tahun. Hal ini menjadikan Kota Bandung sebagai salah satu pusat inovasi dan pengembangan UMKM di tingkat regional maupun nasional.



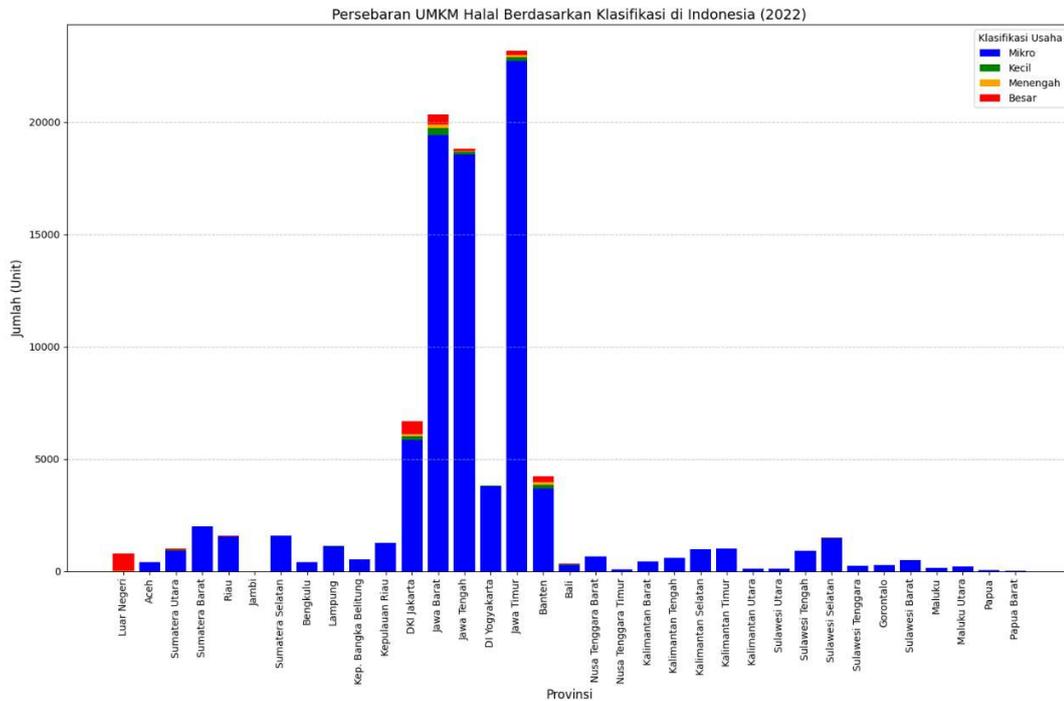
Gambar 1.3 Persebaran UMKM dan IKM di Bandung

Sumber: Opendata Bandung (2024)

Berdasarkan data pada gambar 1.3, jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia mengalami fluktuasi dari tahun 2016 hingga 2023. Pada tahun 2016, terdapat 4877 unit Usaha Mikro, yang kemudian menurun drastis menjadi 144 unit pada tahun 2017. Jumlah ini kembali meningkat menjadi 1.841 unit pada tahun 2021, yang kemudian menurun lagi menjadi 994 unit pada tahun 2023. Usaha Kecil menunjukkan tren yang lebih stabil, dengan jumlah berkisar antara 6 hingga 374 unit selama periode tersebut. Sementara itu, Usaha Menengah memiliki jumlah yang relatif kecil dan stabil, dengan puncaknya 12 unit pada tahun 2016 dan 1 unit pada tahun 2023. Pada saat yang sama, Industri Kecil dan Menengah (IKM) juga menunjukkan peran signifikan dalam perekonomian Indonesia. Pada tahun 2023, terdapat sekitar 4,19 juta unit IKM, yang berkontribusi sebesar 21,44% terhadap total *output* industri nasional (Indonesia go id, 2024).

Data tersebut mengindikasikan bahwa baik UMKM maupun IKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam penciptaan lapangan kerja dan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, fluktuasi jumlah

unit usaha tersebut menunjukkan perlunya kebijakan yang konsisten dan dukungan berkelanjutan untuk memastikan pertumbuhan dan stabilitas sektor ini.



Gambar 1. 4 Perbesaran UMKM Bersertifikasi Halal di Indonesia

Sumber: Satudata Kemenag (2024)

Berdasarkan data gambar 1.4 mengenai persebaran UMKM halal di Indonesia pada tahun 2022, terlihat bahwa jumlah terbesar berada di Pulau Jawa, dengan Jawa Timur memimpin sebanyak 23.186 unit usaha. Jawa Barat dan Jawa Tengah masing-masing mencatat 20.344 unit dan 18.827 unit, yang menunjukkan konsentrasi ekonomi UMKM di wilayah tersebut. Sebaliknya, daerah seperti Papua Barat dan Papua mencatat jumlah UMKM yang jauh lebih kecil, masing-masing hanya 33 dan 52 unit. Dari segi klasifikasi, usaha mikro mendominasi jumlah UMKM di hampir semua provinsi, sedangkan usaha menengah dan besar memiliki kontribusi yang relatif kecil. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha di Indonesia masih berada pada skala mikro, dengan potensi besar untuk pengembangan ke skala yang lebih besar. Keberadaan usaha kecil dan menengah lebih banyak terkonsentrasi di daerah dengan

infrastruktur dan akses pasar yang lebih baik, seperti DKI Jakarta dan wilayah-wilayah di Jawa. Data ini menegaskan pentingnya pemerataan akses terhadap teknologi, pendidikan, dan pendanaan untuk mendukung pertumbuhan UMKM di daerah-daerah yang lebih tertinggal. Dengan pengembangan yang lebih merata, UMKM halal diharapkan dapat berkontribusi lebih signifikan terhadap ekonomi nasional dan pasar halal global.



Gambar 1. 5 Perbesaran UMKM Bersertifikasi Halal di Bandung

Sumber: Open Data Bandung (2024)

Berdasarkan gambar 1.5 yang didapat dari Open Data Bandung pada tahun 2024, terlihat jumlah usaha di Kota Bandung yang difasilitasi sertifikasi halal setiap tahunnya. Data menunjukkan bahwa program ini mencakup berbagai jenis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang tersebar di berbagai sektor, seperti makanan, minuman, dan produk lainnya. Pada tahun-tahun tertentu, terdapat fluktuasi jumlah usaha yang mendapatkan fasilitasi, yang kemungkinan dipengaruhi oleh kebijakan, anggaran, atau tingkat partisipasi pelaku UMKM.

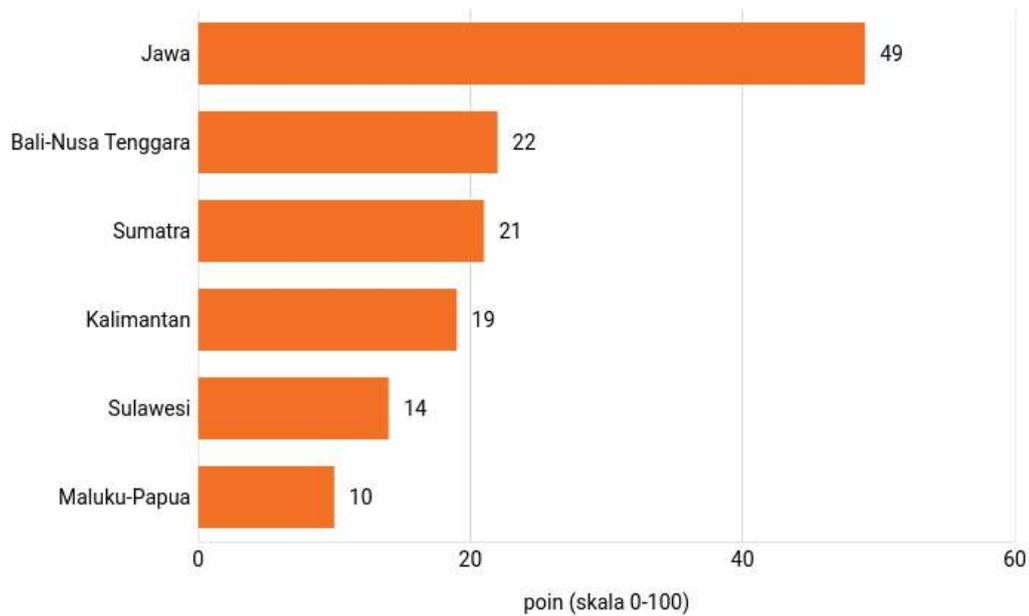
Konsentrasi fasilitasi di Kota Bandung menunjukkan peran kota ini sebagai pusat aktivitas ekonomi di Jawa Barat, di mana banyak pelaku usaha kecil berupaya mendapatkan sertifikasi halal untuk meningkatkan daya saing produk mereka, baik di

pasar lokal maupun nasional. Adanya program sertifikasi halal ini juga mencerminkan dukungan pemerintah terhadap pengembangan UMKM yang sesuai dengan standar syariah, yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen Muslim. Program seperti ini dapat menjadi langkah strategis dalam mendorong pertumbuhan UMKM sekaligus mendukung ekonomi berbasis halal, yang merupakan salah satu sektor dengan pertumbuhan tinggi di Indonesia.

1.2 Latar Belakang

Kecepatan perkembangan teknologi informasi telah memberikan banyak dampak terhadap berbagai sektor, termasuk sektor bisnis (Aini et al., 2024). Kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan kemajuan teknologi sangat berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Pemilihan dan penggunaan teknologi yang canggih harus dilakukan dengan bijak agar tidak menghambat kinerja perusahaan (Hendayani & Fernando, 2023). Salah satu perkembangan tersebut adalah teknologi *blockchain*. Teknologi *blockchain* sendiri menjanjikan manfaat seperti keamanan yang kuat, transparansi, efisiensi, sehingga memotivasi banyak organisasi maupun perusahaan untuk menggunakan teknologi tersebut (Aini et al., 2024). Faktanya, analisis tren penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa teknologi *blockchain* semakin menjadi fokus utama sebagai solusi untuk meningkatkan transparansi dan keterlacakan dalam rantai pasok halal, sejalan dengan mandat pemerintah dalam Undang-Undang Jaminan Produk Halal (Mangruwa et al., 2024).

Kekhawatiran tentang kehalalan produk makanan dan minuman masih menjadi perhatian di kalangan umat Islam. Kehalalan suatu produk merupakan hal yang sangat penting bagi konsumen Muslim, karena hukum Islam mewajibkan umat Islam untuk mengonsumsi makanan dan minuman yang sesuai dengan syariat Islam. Untuk itu, konsumen Muslim dituntut untuk membuat keputusan pembelian dalam membeli dan mengonsumsi produk halal.

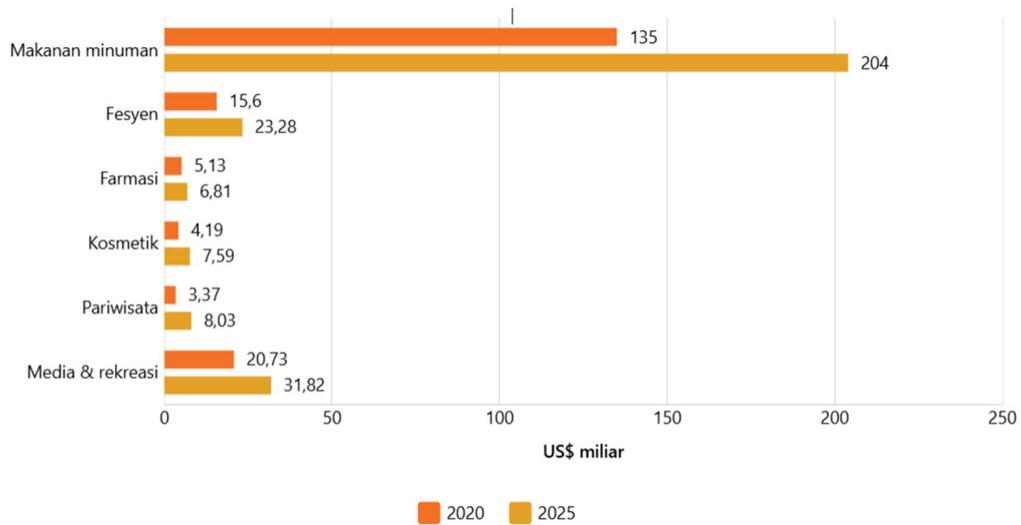


Gambar 1. 6 Indeks Pemanfaatan Internet oleh Tenaga Kerja/UMKM Berdasarkan Pulau di Indonesia

Sumber: Kataboks (2022)

Berdasarkan data 1.6 mengenai pemanfaatan internet di Wilayah Indonesia menunjukkan bahwa strategi bisnis terletak pada kemampuannya untuk menunjukkan keberhasilan transformasi digital. Khususnya ketika perusahaan mengintegrasikan metode terbaru dalam penyampaian barang atau jasa, sehingga menunjukkan keunggulannya di pasar (Prihandono, 2024). Dalam kasus ini, Menurut laporan *East Ventures Digital Competitiveness Index (EV-DCI) 2022*, usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) di Pulau Jawa memiliki tingkat adopsi digital tertinggi nasional (Databoks, 2022). Meskipun digitalisasi diakui sebagai alat potensial untuk mengoptimalkan kinerja UMKM, Negara berkembang masih terbatas pada infrastruktur teknologi dan tingkat literasi digital yang rendah (Bala & Feng, 2019). Indonesia sendiri masih ada kesenjangan yang besar antara Jakarta dengan provinsi lain dalam hal pemanfaatan platform online untuk melakukan penjualan. Kondisi geografi Indonesia yang unik juga merupakan tantangan bagi penyediaan koneksi internet yang mumpuni bagi UMKM

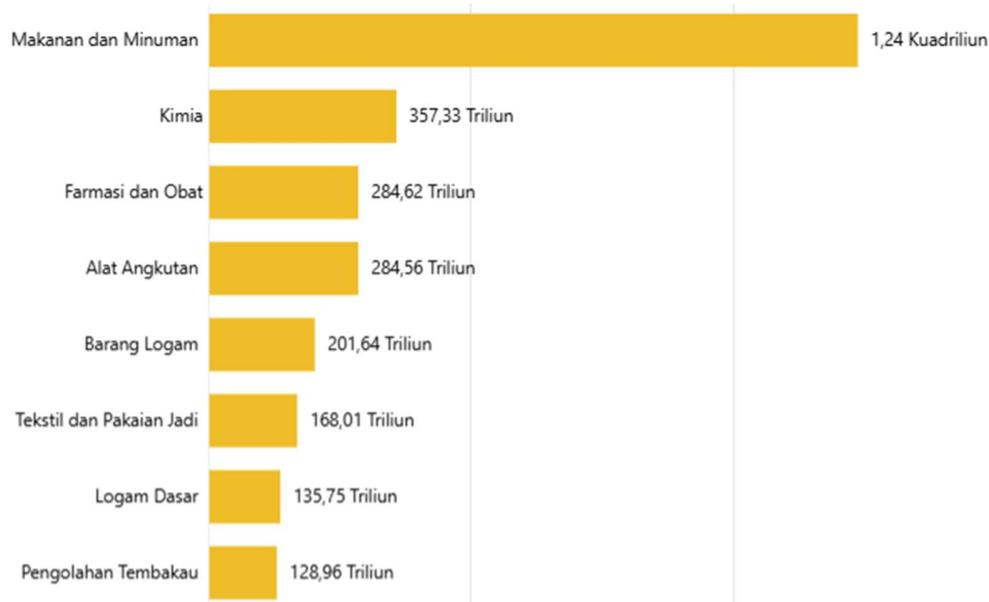
yang tersebar di seluruh penjuru negeri. Akibatnya, terjadi hambatan adopsi digital, khususnya pada UMKM di wilayah Indonesia yang kurang berkembang (Kataboks, 2022).



Gambar 1. 7 Proyeksi 2020 & 2025 Konsumsi Produk Halal di Indonesia

Sumber: Kataboks (2022)

Berdasarkan gambar 1.7, konsumsi produk halal di Indonesia diproyeksikan meningkat dari US\$184 miliar pada 2020 menjadi US\$282 miliar pada 2025, dengan sektor makanan dan minuman sebagai kontributor terbesar (Reza Pahlevi, 2022). Pada 2020, konsumsi makanan dan minuman halal mencapai US\$135 miliar dan diperkirakan akan meningkat menjadi US\$204 miliar pada 2025.



Gambar 1. 8 PDB Industri Pengolahan Nonmigas Indonesia (2022)

Sumber: Kataboks (2023)

Penjelasan gambar 1.8 dari Kataboks pada tahun 2023 menunjukkan Industri makanan di Indonesia telah berkembang pesat dengan berbagai produk yang mencerminkan keragaman budaya negara ini. Sektor agrikultur, yang mencakup pertanian, kehutanan, dan perikanan, berkontribusi signifikan terhadap PDB, dengan kontribusi sebesar 13,63 persen selama lima tahun terakhir. Produk pertanian merupakan bagian penting dari rantai nilai makanan halal, yang menjadi dasar pengolahan makanan menjadi produk jadi.

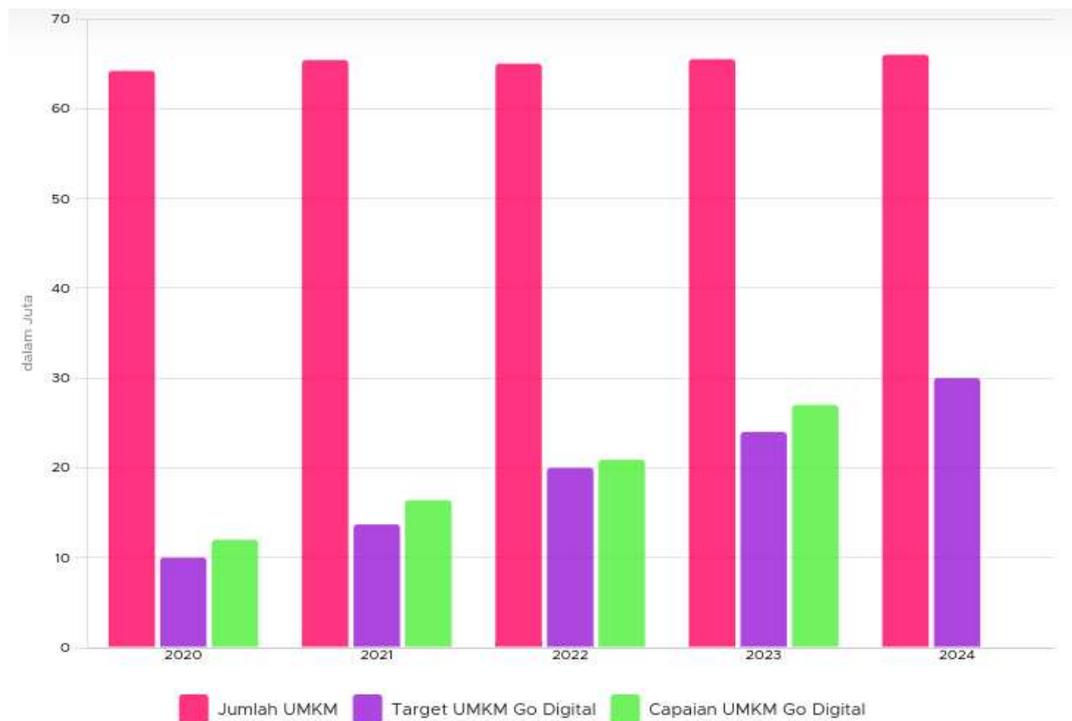
Sektor pengolahan makanan dan minuman juga menunjukkan kontribusi yang konsisten terhadap PDB, mencapai 20,16 persen pada tahun 2017. Meskipun pertumbuhan industri ini lebih rendah dari pertumbuhan PDB nasional, kontribusinya tetap signifikan. Industri makanan dan minuman nasional semakin kompetitif, dengan banyaknya perusahaan skala besar serta industri kecil dan menengah.

Pada tahun 2022, Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa PDB industri makanan dan minuman nasional mencapai Rp1,24 kuadriliun, yang merupakan 6,32 persen dari total perekonomian nasional. Industri makanan dan minuman juga

berkontribusi lebih dari sepertiga (38,35 persen) terhadap total PDB industri pengolahan nonmigas, menjadikannya sektor terbesar dibanding industri lainnya.

Namun, Indonesia masih menjadi negara pengimpor pangan halal terbesar ke-4 di dunia dan belum menjadi pemain utama dalam industri makanan halal secara keseluruhan. Industri besar masih memimpin pasar makanan halal di Indonesia.

Dampaknya pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang bersertifikasi Halal, pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi *blockchain* dengan memberikan keuntungan strategis bagi perusahaan. Meskipun memiliki potensi positif, adopsi teknologi *blockchain* oleh perusahaan sebenarnya masih belum maksimal (Hasdi Putra, 2024).



Gambar 1. 9 Data UMKM Go Digital

Sumber: GoStat.id (2024)

Berdasarkan gambar 1.9 dari GoStat.id pada tahun 2024, transformasi digital dalam sektor UMKM bukan lagi sebuah pilihan saja, melainkan keharusan di tengah

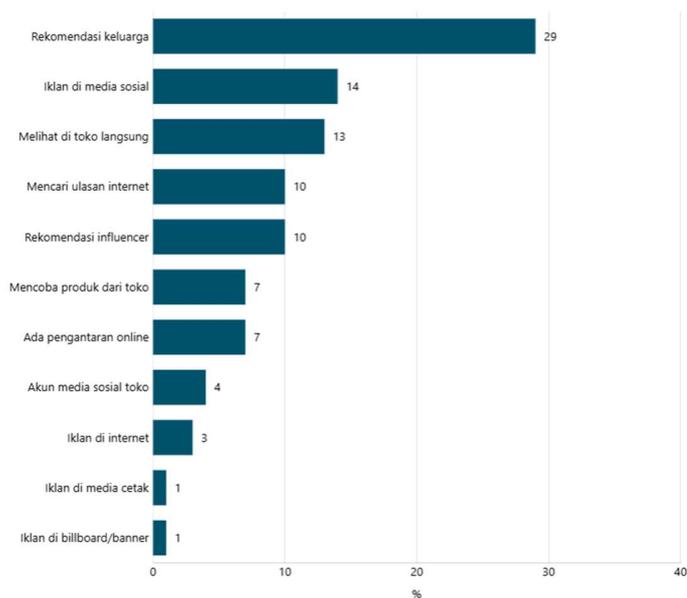
persaingan global yang semakin ketat. Adopsi teknologi digital seperti *e-commerce*, *financial technology (fintech)*, dan berbagai platform digital lainnya telah membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan model bisnis yang lebih inovatif. Berdasarkan laporan "*Realising a Cloud-enabled Economy: How Cloud Drives Economic and Societal Impact Through Micro, Small, And Medium-Sized Businesses*" yang dirilis oleh *Amazon Web Services (AWS)* dan *Accenture*, adopsi teknologi *cloud* oleh UMKM di Indonesia masih berada pada tingkat rendah. Hanya 29% pelaku usaha yang menggunakan layanan seperti email berbasis web atau penyimpanan *cloud*. Angka ini menunjukkan bahwa adopsi *cloud* di Indonesia berada pada tingkat menengah dibandingkan dengan negara-negara maju anggota OECD (*Organisation for Economic Co-operation and Development*). Hal ini mengindikasikan peluang besar bagi pelaku usaha Indonesia untuk meningkatkan penggunaan teknologi cloud guna mencapai potensi penuh mereka (Lenny Septiani, 2023).

Para pencetus *blockchain* mengembangkan sebuah sistem yang bertujuan agar transaksi data atau informasi dilakukan secara *peer-to-peer* karena adanya potensi *moral hazard* dari perantara (Chen, 2018). Nakamoto (2019) mendefinisikannya sebagai antitesis dari sistem yang terpusat karena sistem tersebut sulit untuk dikontrol dan berisiko menjadi "*zero-sum game*" yang sistemik.

Banyaknya kasus penyalahgunaan data/informasi yang terjadi semakin memperkuat gagasan tentang perlunya pendekatan yang berbeda yang dikendalikan oleh jaringan dalam sebuah ekosistem. Adopsi *blockchain* memiliki tingkat urgensi yang lebih tinggi dan perlahan-lahan berubah menjadi masalah untuk pengambilan keputusan strategis perusahaan (Deloitte, 2008). Berdasarkan hal itu, Blockchain pada dasarnya adalah teknologi yang memungkinkan pencatatan transaksi secara transparan dan aman melalui jaringan *peer-to-peer* yang terdesentralisasi. Setiap blok data yang dicatat dalam sistem *blockchain* dihubungkan dengan kriptografi, sehingga menciptakan rantai informasi yang sulit untuk diubah atau dihapus tanpa terdeteksi.

Blockchain dapat diimplementasikan di berbagai area karena kemampuannya sebagai sistem yang melibatkan banyak entitas. *Supply Chain* adalah salah satu area yang dianggap kompatibel dengan kemampuan *blockchain*. Kersten et al. (2017) berpendapat bahwa *supply chain* membutuhkan *blockchain* untuk dapat memfasilitasi sistem *real-time* yang melibatkan banyak entitas.

Penelitian sebelumnya telah menemukan bahwa manfaat yang dirasakan, seperti peningkatan efisiensi, transparansi, dan keamanan, merupakan motivator utama untuk adopsi *blockchain*. Organisasi cenderung mengadopsi *blockchain* ketika mereka melihat potensi teknologi ini untuk memangkas biaya, mempercepat proses, dan mengurangi risiko penipuan. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa kesiapan organisasi, termasuk dalam aspek keuangan, teknologi, dan sumber daya manusia, sangatlah penting.



Gambar 1. 10 Sumber Informasi yang Paling Memengaruhi Konsumen Muslim RI Sebelum Membeli Makanan Halal

Sumber: Kataboks (2023)

Gambar 1.10 tersebut menjelaskan terkait sumber informasi yang mempengaruhi konsumen. Konsumen semakin terinformasi dengan tidak hanya

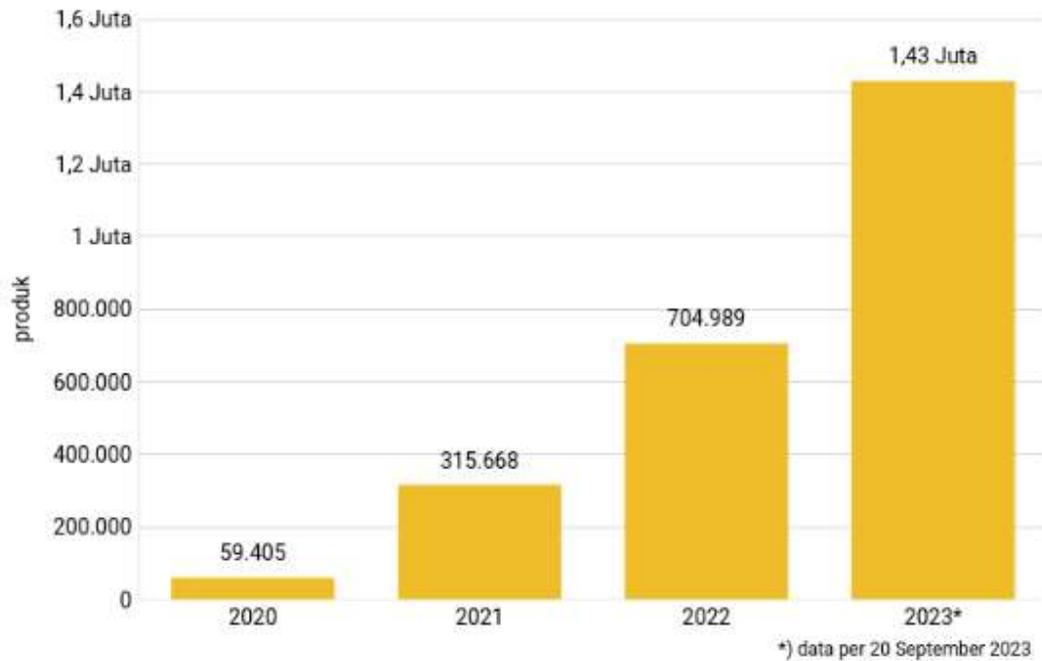
mencari produk halal tetapi juga menanyakan tentang integritas halal dari seluruh proses *supply chain* (Ali et al., 2016). Sertifikasi halal telah menjadi penting bagi konsumen karena memastikan produk memenuhi standar halal dan langkah-langkah pengendalian kualitas lainnya (Khan et al., 2018). Industri halal menggabungkan langkah-langkah keberlanjutan seperti kesejahteraan hewan, perdagangan yang adil, dan persepsi yang dirasakan, selaras dengan nilai-nilai konsumen modern (Haleem et al., 2020).

Namun, tantangan seperti kurangnya standar halal yang terpadu telah menimbulkan kekhawatiran tentang penipuan dan kontaminasi dalam rantai pasokan halal (Voak et al., 2023). Memastikan integritas *supply chain* halal sangat penting untuk mencegah kontaminasi dan menjaga status halal produk (Ab Rashid & Bojei, 2020). Menurut Tieman et al. (2012), sertifikasi Halal adalah bentuk jaminan kualitas yang penting, yang berperan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Implementasi teknologi antara *blockchain* dengan standar halal memungkinkan setiap pihak yang terlibat dalam *supply chain* untuk memantau dan memastikan bahwa setiap bahan baku dan proses produksi sesuai dengan syarat-syarat kehalalan yang telah ditetapkan.

Sejalan dengan itu, Ab Talib et al. (2017) menyebutkan bahwa kurangnya kesadaran tentang proses sertifikasi halal dan kerumitan dalam prosesnya merupakan penghalang bagi banyak UKM. Maka dari itu, bagi industri kecil dan mikro, sertifikasi halal belum menjadi prioritas sehingga tidak masuk ke dalam penghitungan produksi makanan halal Indonesia.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti menemukan terkait adanya peluang bagi sertifikat halal. Sejumlah perusahaan multinasional kini melihat peluang yang jelas untuk mengembangkan produk yang ramah Muslim. Industri besar masih mendominasi pasar makanan dan minuman halal karena seluruh produk yang dijual, baik untuk pasar dalam maupun luar negeri, sudah tersertifikasi halal. Skala produksi yang besar dan pangsa pasar yang luas hingga masuk ke pasar internasional menjadikan perusahaan

besar makanan dan minuman kemasan sebagai pemain utama dalam sektor makanan dan minuman halal.



Gambar 1. 11 Jumlah Produk Bersertifikasi Halal (2020-2023)

Sumber: Kataboks (2023)

Berdasarkan gambar 1.11 pada data aplikasi SiHalal yang diolah Kantor Staf Presiden (KSP), produk bersertifikasi halal di Indonesia menunjukkan tren peningkatan selama empat tahun terakhir (Erlina Santika, 2023). Proyeksi menunjukkan bahwa konsumsi produk dan layanan halal di Indonesia akan meningkat sekitar 15% pada tahun 2025, mencapai US\$281 miliar. Dilanjutkan, Sertifikasi halal menjadi keharusan dalam gaya hidup halal, karena memberikan jaminan dan perlindungan bagi konsumen atas produk yang dibeli (Fahmi Cholid, 2023).

Pengembangan industri makanan dan minuman halal di Indonesia membutuhkan rantai yang dapat menggambarkan peta peluang dan tantangan dalam industri. Dalam konteks industri makanan dan minuman halal, nilai kehalalan suatu produk harus terjaga mulai dari bahan baku hingga produk jadi yang siap dikonsumsi.

Penerapan manajemen rantai nilai halal sangat diperlukan untuk menjamin kualitas kehalalan produk dan jasa. Penanganan produk harus berbeda dan terpisahkan antara yang halal dengan yang tidak halal. Prosesnya harus berlangsung dari hulu hingga hilir, sehingga masyarakat dapat dengan mudah membedakan keduanya.

Dengan rantai nilai halal, harapan akan standar mutu, kualitas, dan pelayanan produk serta jasa halal menjadi kenyataan. Semuanya terintegrasi mulai dari input, produksi, distribusi, pemasaran, hingga konsumsi. Produk makanan dalam inputnya harus terjamin halal mulai dari saat dternak, pakan ternak, pupuk, dan bahan kimia yang digunakan harus halal. Kemudian, nilai kehalalan produk harus tetap terjaga saat dalam proses pengolahan bahan baku sampai kepada hasil akhir produk.

Proses dan pendistribusian produk makanan dan minuman halal juga harus terjamin di dalam pergudangan, pengepakan, ruang pendinginan, dan pengolahan. Setelah itu, dalam pemasaran harus menunjukkan nilai syariah, mulai dari *supermarket*, *groceries*, hingga terakhir sampai ke konsumen di restoran, hotel, dan rumah makan. Produk tersebut tidak boleh bercampur dengan makanan tidak halal. Sebagai bentuk pengembangan yang utuh dalam menjaga nilai halal dan terintegritas, pembiayaannya harus menggunakan keuangan syariah. Asuransinya juga syariah untuk meminimalisasi risiko usaha.

Rantai pasokan makanan (FSC) membutuhkan upaya yang lebih berkelanjutan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen akhir terhadap produk makanan yang aman, berkualitas tinggi, dan produk makanan halal yang dibuktikan dengan pelacakan dan otentikasi informasi menggunakan sistem ketertelusuran makanan (Bosona & Gebresenbet, 2013; Olsen & Borit, 2018; Galvez et al., 2018). Dalam rantai *supply chain*, teknologi *blockchain* dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas dan kepercayaan (Hastig & Sodhi, 2020; Kamble et al., 2020); transparansi (Hew et al., 2020; Sunny et al., 2020); orisinalitas dan ketertelusuran (Rejeb et al., 2023; Helo & Hao, 2019); kinerja perusahaan (Kamble et al., 2020) dan model bisnis (Weking et al., 2020).

Meskipun teknologi *blockchain* masih relatif baru, penerapannya telah ditinjau secara ekstensif dalam literatur. Usmanova et al. (2021) telah menunjukkan bagaimana teknologi *blockchain* akan mempengaruhi kebijakan dan praktik rantai pasokan di masa depan, karena dapat: (a) meningkatkan transparansi dan ketertelusuran sistem, (b) menerapkan digitalisasi dan disintermediasi rantai pasokan, (c) meningkatkan keamanan data, dan (d) menerapkan kontrak pintar. Menurut Helo & Hao (2019), teknologi *blockchain* memastikan keaslian dan keakuratan informasi, sehingga memastikan keamanan transaksi. Frizzo-Barker et al. (2020) menyatakan bahwa teknologi *blockchain* dapat memperkuat ketahanan *supply chain* dengan mengurangi risiko gangguan dalam proses distribusi. Kinerja perusahaan dalam konteks adopsi *blockchain* dapat dilihat dari peningkatan efisiensi operasional, pengurangan biaya, dan peningkatan daya saing di pasar global.

Menurut Javaid et al. (2021), penggunaan *blockchain* telah terbukti meningkatkan daya saing perusahaan dengan memberikan keunggulan dalam hal kualitas layanan dan kecepatan distribusi. Dengan menyediakan sistem yang transparan dan aman. Dukungan dari regulator dan pemerintah diperlukan untuk mempercepat adopsi teknologi ini di sektor Halal, sehingga perusahaan dapat memanfaatkan potensi *blockchain* secara maksimal.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana adopsi teknologi *blockchain*, *halal compliance*, *supply chain halal resilience*, dan hubungannya terhadap *company performance* pada UMKM di Bandung?
2. Bagaimana pengaruh adopsi teknologi *blockchain* terhadap peningkatan ketahanan rantai pasok halal?

3. Bagaimana pengaruh *Halal Compliance* terhadap peningkatan ketahanan rantai pasok halal?
4. Bagaimana pengaruh ketahanan rantai pasok halal terhadap kinerja perusahaan?
5. Bagaimana pengaruh adopsi teknologi *blockchain* terhadap peningkatan kinerja perusahaan melalui ketahanan rantai pasok halal?
6. Bagaimana pengaruh *Halal Compliance* terhadap peningkatan kinerja perusahaan melalui ketahanan rantai pasok halal?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mencapai beberapa hal berikut:

1. Menganalisis pengaruh adopsi teknologi *blockchain* terhadap transparansi dalam rantai pasok halal.
2. Mengidentifikasi dampak tingkat kepatuhan halal terhadap ketahanan rantai pasok halal.
3. Mengukur pengaruh *supply chain halal resilience* terhadap kinerja perusahaan.
4. Mengetahui kontribusi adopsi teknologi *blockchain* terhadap peningkatan kinerja perusahaan.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa batasan yang perlu diperhatikan untuk menjaga fokus dan validitas hasil penelitian. Adapun batasan-batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya difokuskan pada IKM Muslim yang berdomisili di Kota Bandung.
2. IKM yang diteliti adalah usaha yang sudah bersertifikasi halal, sehingga temuan penelitian ini tidak berlaku untuk usaha makanan yang tidak bersertifikasi halal.

3. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data, sehingga hasil yang diperoleh didasarkan pada persepsi dan respon subjektif dari responden.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yang signifikan dalam berbagai aspek, baik secara teoretis maupun praktis, yang dapat dirinci sebagai berikut:

1.6.1 Aspek Teoretis

Penelitian ini akan memperkaya literatur yang ada dengan menyediakan pemahaman mendalam mengenai bagaimana adopsi teknologi blockchain dan kepatuhan terhadap standar halal memengaruhi ketahanan rantai pasok halal dan kinerja perusahaan. Hal ini akan memberikan landasan bagi penelitian selanjutnya dalam bidang ini. Dengan mengintegrasikan variabel-variabel seperti adopsi blockchain, kepatuhan halal, ketahanan rantai pasok, dan kinerja perusahaan, penelitian ini akan mengembangkan kerangka konseptual yang dapat digunakan untuk menganalisis dinamika dalam industri halal.

1.6.2 Aspek Praktis

Implementasi teknologi blockchain dapat meningkatkan transparansi dan ketertelusuran dalam rantai pasok halal, yang pada gilirannya dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi risiko penipuan. Dengan memastikan kepatuhan terhadap standar halal melalui teknologi blockchain, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka, yang dapat memperkuat reputasi merek dan membuka peluang pasar baru.

Kemudian, Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan kebijakan yang mendorong adopsi teknologi blockchain dan peningkatan kepatuhan halal dalam industri, sehingga memastikan integritas produk halal di pasar. Penelitian ini juga dapat membantu dalam pengembangan standar dan regulasi yang relevan untuk memastikan bahwa proses sertifikasi halal menjadi lebih transparan dan efisien.

1.7 Sistematika Penulisan

Dibawah ini merupakan penjabaran penulisan pada penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi : Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mencakup teori umum hingga khusus dengan penelitian sebelumnya, diikuti dengan kerangka penelitian, dan diakhiri dengan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berfokus pada pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis pengetahuan yang dapat menjawab pertanyaan penelitian. Bab ini berisi penjabaran mengenai jenis penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan disusun secara sistematis mengikuti rumusan masalah dan tujuan penelitian, serta terbagi menjadi dua bagian. Pada bagian 22 pertama menyajikan hasil penelitian secara detail. Sedangkan pada bagian kedua berisi pembahasan dan analisis mendalam atas hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan diawali dengan analisis data, kemudian diinterpretasikan dengan jelas, dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Pembahasan ini juga dilengkapi dengan perbandingan dengan penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan untuk memperkuat argumen.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan adalah jawaban dari pertanyaan penelitian dan memberikan rekomendasi terkait kegunaan penelitian