

Analisis Institusional Atas Sertifikasi Makanan Halal dan Kinerja Keuangan UMKM di Banyumas

Wita Ramadhanti¹, Nur Aini², Dian Purnomo Jati³, Triani Arofah⁴, Oman Rusmana⁵, Poppy Arsil⁶

¹Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman; Pusat Unggulan Ipteks (PUI) Integrated Technology and Management Halal Based on Local Resources LPPM Unsoed, Indonesia

²Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soediman; Pusat Unggulan Ipteks (PUI) Integrated Technology and Management Halal Based on Local Resources LPPM Unsoed, Indonesia

³Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman; Pusat Unggulan Ipteks (PUI) Integrated Technology and Management Halal Based on Local Resources LPPM Unsoed, Indonesia

⁴Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

⁵Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

⁶Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soediman; Pusat Unggulan Ipteks (PUI) Integrated Technology and Management Halal Based on Local Resources LPPM Unsoed, Indonesia

Email korespondensi: wita.ramadhanti@unsoed.ac.id

Riwayat Artikel

Diajukan : 10 Februari 2025

Direvisi : 23 April 2025

Ditelaah : 19 Februari 2025

Diterima : 26 Mei 2025

DOI : <https://doi.org/10.20884/1.hakikat.2025.1.2.15013>

Abstrak

Penelitian ini ingin menganalisis persepsi pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) atas sertifikasi halal dan kaitannya kinerja keuangan di Banyumas, Jawa tengah, Indonesia. Analisis dilakukan berdasarkan kerangka Teori Institusional. Riset ini merupakan riset kualitatif. Informan penelitian merupakan UMKM di Kabupaten Banyumas. Data diambil melalui Focus Group Discussion dan kuesioner terbuka. Analisis data dilakukan dengan model analisis interaktif melalui aktivitas pengumpulan data, kondensasi data, penampilan data, dan penarikan kesimpulan. Hasilnya adalah bahwa sertifikasi makanan halal merupakan suatu proses yang sesuai dengan teori institusionalisme. Pertama, isomorfisme kursif (coercive isomorphism) terjadi akibat kewajiban sertifikasi halal oleh pemerintah Republik Indonesia. Kedua, isomorfisme normatif (normative isomorphism) dengan melihat kondisi bahwa mayoritas masyarakat Banyumas yang mayoritas beragama Islam. Ketiga, isomorfisme mimetic (mimetic isomorphism) yang melihat bahwa banyak pedagang lain yang dapat meningkatkan kinerja keuangannya setelah produknya memiliki sertifikat halal.

Kata kunci: Kinerja Keuangan; Sertifikasi Hala; Teori Institusional; UMKM

Abstract

This research intended to study perception of MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) about Halal certification and company's financial performance in Banyumas, Central Java, Indonesia. Analysis will be based on Institutional Theory. This study is qualitative. Informants are MSMEs owner in Banyumas, Central Java, Indonesia. Data are collected using Focus Group Discussion and open questionnaire. Data analyses are performed with process data condensation, data display, and conclusion drawing as well as verification. The result confirm that halal foods and beverages certification is consistent with Institutional Theory's 3 components. First, coercive isomorphism that happened with the obligation of obtaining halal certificate for halal food and beverage products by Indonesian government. Second, normative isomorphism happens when halal certification is important for selling food and beverages in muslim majority environment. Third, mimetic isomorphism can be seen when manufacturers want to obtain halal certificates because seeing other competitors having higher financial performance after halal certification.

Keywords: *Financial Performance; Halal Certification; Institutional Theor; MSME*

A. Pendahuluan

Saat ini Islam menjadi salah satu agama utama di dunia. Kondisi umat Islam yang menyebar di berbagai negara baik maupun adanya aktivitas ekspor impor membuat permintaan produk bersertifikat halal meningkat permintaannya. Sertifikasi halal ini menjadi sangat penting ketika Pemerintah Republik Indonesia mengumumkan adanya kewajiban perolehan terutama bagi makanan dan minuman per 18 Oktober 2024, namun ditunda penerapannya menjadi Oktober 2026 (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), 2024).

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, dengan mayoritas bersuku Jawa. Suku Jawa utamanya berada di Provinsi Jawa Tengah. Banyumas merupakan salah satu wilayah di provinsi Jawa Tengah, namun dianggap memiliki karakter tersendiri dengan budaya Banyumas yang berbeda dengan budaya Jawa keraton yang berpusat di Solo-Jogjakarta. Budaya yang lebih egaliter di Banyumas membuat masyarakatnya akan lebih terbuka dalam pilihan pembelian karena lebih terbuka dalam kerangka "*blaka sutha*" daripada budaya Jawa Keraton yang syarat peraturan yang susah untuk dihindarkan atau "*ewuh pakewuh*"

Riset di terkait sertifikasi halal makanan minuman dan UMKM di Banyumas sangat penting (Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas, 2024). Pertama, Banyumas memiliki populasi umat Islam sebesar 1.828.568 orang atau 99 % dari total persentase penduduk. Kondisi mayoritas muslim ini berarti pasar produk halal sangat luas. Kedua, terdapat sebanyak 44.096 industri kecil di Banyumas. Hal ini berarti regulasi halal akan sangat berdampak terhadap UMKM. Ketiga, pengeluaran per kapita masyarakat Banyumas untuk konsumsi makanan sebesar Rp553.937 atau 53,80% pada tahun 2022 dan meningkat menjadi Rp618.502 atau 48,94% pada tahun 2023. Regulasi makanan halal akan dapat mengubah pola konsumsi dan struktur pengeluaran masyarakat Banyumas.

Penelitian terkait sertifikasi halal berdasar beberapa teori. Teori utama seringkali adalah dari sudut pandang konsumen seperti kualitas pelayanan dan berperilaku (Noor, 2025). Teori lain adalah dari sisi produsen seperti *Halal Supply*

Chain (Changalima, 2025). Teori lain berbasis pada Pemangku kepentingan atau *Stakeholder Theory* (Yunos, Che Mahmood, & Abd Mansor, 2014). Salah satu teori mengakomodasi ketiga aspek ini adalah teori institusional.

Teori Institusional berarti suatu kondisi yang membuat organisasi-organisasi tertata sebagai institusi melalui proses isomorfisme, yaitu: secara kursif, mimetic, dan normatif (DiMaggio & Powell, 1983). Beberapa penelitian terdahulu *menggunakan* teori ini dalam tema yang terkait dengan sertifikasi halal yang berdasarkan pada penelitian (Othman, Ahmad, & Zailani, 2009) (Ab Talib, Md. Sawari, Hamid, Abdul Hamid, & Chin, 2016), dan (Zulfakar, Chan, & Jie, 2017)).

Penelitian tentang kepemilikan sertifikasi halal juga seringkali dikaitkan dengan kesempatan perusahaan untuk dapat meningkatkan kinerjanya. Kinerja ini juga diperoleh dengan peningkatan penjualan dan laba (Amer, 2024). Kinerja ini dapat berupa kesempatan untuk memperluas pasar halal yang sedang berkembang di dunia (Hendayani, 2024).

Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini dilakukan pada pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas. Hasil pengumpulan data kemudian dianalisis dengan menggunakan kerangka Teori Institusional. Hasilnya diharapkan dapat memberikan tambahan teoretis di Banyumas.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, setiap produk yang beredar dan diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikasi halal. Produk-produk ini tidak terbatas pada makanan dan minuman saja, tetapi juga obat, kosmetik, produk kimiawi, biologi, rekayasa genetik. Badan yang bertanggungjawab atas sertifikasi ini adalah Badan Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal (BPJPH).

Terdapat dua proses utama sertifikasi halal, yaitu melalui proses reguler dan *self-declare*. Keduanya berbeda terkait halal dan pihak yang bertanggungjawab menyatakan kehalalannya.

Jalur reguler berarti pelaku usaha mendaftarkan sertifikasinya, pada BPJPH. Setelah proses pengecekan administrasi oleh BPJPH dan pemeriksaan produk oleh LPH (Lembaga Pemeriksa Halal) akan diajukan ke sidang Komisi Fatwa MUI. Apabila sidang fatwa MUI menyatakan kehalalan produk, maka pelaku usaha akan mendapatkan sertifikat halal yang diterbitkan oleh BPJPH (Hidranto, 2024).

Jalur *self-declare* dikhususkan bagi UMKM dengan produk barang yang berarti kehalalan suatu produk berdasarkan pernyataan pelaku usaha (Hidranto, 2024). Pendamping adalah auditor halal teregister BPJPH dan penetapan halal akan dilakukan oleh Komite Fatwa Produk Halal. Jalur *self-declare* ini diadakan untuk mempermudah memperoleh sertifikat halal dan diperkenalkan oleh Pemerintah Republik Indonesia pada Tahun 2022 (Dawam, Laela, Hendrasto, Rehman, & Hasan, 2023). Jalur ini pun biasanya gratis dan seringkali berupa program pendampingan dari Kementerian atau Pemerintah Daerah.

Sertifikasi halal dengan sistem *self-declare* ini sesungguhnya tidak hanya diterapkan di Indonesia, tetapi juga di Malaysia (Hasan & Abd Latif, 2024). Namun demikian masih banyak permasalahan dan hambatan bagi pengusaha mikro untuk mendapatkan sertifikasi halal (Jamaluddin, Hidayatulloh, Zaini, & Sanawi, 2022).

Teori institusional yang utama dicetuskan oleh DiMaggio & Powell (1983) dengan kondisi yang disebut sebagai proses isomorfisme. Istilah Isomorfisme adalah suatu proses homogenisasi berupa adanya pembatasan yang memaksa suatu

organisasi untuk menyesuaikan karakteristiknya agar lebih sesuai dengan organisasi sejenis yang berada di lingkungan yang sama. Proses isomorfisme terdiri atas kursif, mimetik, dan normatif.

Ketiga tekanan ini yang terdapat dalam proses sertifikasi halal (Ab Talib, 2016). Pertama, Isomorfisme kursif adalah tekanan dari pihak regulator agar suatu produk mendapatkan legitimasi. Kedua, isomorfisme normatif yang berupa tekanan dari kebutuhan pemenuhan norma industri seperti tekanan dari konsumen. Ketiga, isomorfisme mimetik sebagai bagian dari usaha dari perusahaan agar bertahan hidup dengan meniru apa yang telah dilakukan oleh competitor yang telah sukses terlebih dahulu.

Terkait dengan sertifikasi halal, terdapat tambahan tekanan akibat tekanan kewajiban agama (*religious obligation*). Penelitian Zulfakar *et al.* (2017) mengkategorikan hal ini sebagai isomorfisme kursif. Namun demikian penelitian lain mengelompokkan dalam teori religiositas tersendiri (Nugraha, Chen, & Yang, 2022).

Setiap pelaku ekonomi selalu berusaha untuk mendapatkan keuntungan ekonomi atau kinerja keuangan. Keberadaan sertifikasi penting untuk dikaji apakah merupakan salah satunya alat untuk meningkatkan kinerja keuangan. Penelitian (Amer, 2024) menunjukkan sertifikasi halal berpengaruh terhadap sektor makanan di Palestina. (Zailani, Iranmanesh, Jafarzadeh, & Foroughi, 2019). Pada kasus Indonesia, terdapat pula penelitian yang mengkonfirmasi bahwa implementasi standar halal pada produksi makanan berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia (Giyanti, Indrasari, Sutopo, & Liquiddanu, 2021).

Namun demikian ada banyak hal yang membuat sertifikasi halal dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Adanya budaya halal yaitu adanya pemahaman pelaku atas pelaksanaan halal dalam produksi, transportasi dan penyimpanan yang menguatkan kaitkan antara sertifikasi halal dan kinerja keuangan (Zailani, Iranmanesh, Jafarzadeh, & Foroughi, 2019).

Religiositas juga memainkan peranan penting dalam hubungan antara sertifikasi halal dan kinerja keuangan. Suatu makanan boleh atau tidak dimakan bergantung pada pandangan religiositas sebagai bagian paling dominan untuk mewarnai persepsi, nilai, dan aksi dalam tataran individu maupun komunitas (Ghazali, Mutum, Waqas, Nguyen, & Ahmad-Tarmizi, 2022). Hal ini berarti bagi seorang muslim atau yang hidup di lingkungan mayoritas muslim, akan menghindari makanan yang haram (daging babi dan alkohol) ketika tidak menemui sertifikat halal.

Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan analisis institusional atas sertifikasi makanan halal di Banyumas. Selanjutnya penelitian ini juga ingin mengetahui apakah sertifikasi halal ini berdampak terhadap kinerja UMKM.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif studi kasus. Lokasi penelitian ini adalah di Banyumas. Penelitian dilaksanakan pada Tahun 2024. Informan penelitian merupakan pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas yang memiliki usaha makanan atau terkait makanan. Metode pengambilan data dilakukan dengan *Focus Group Discussion* dan survey dengan pertanyaan terbuka kepada 20 pelaku usaha di Banyumas. Analisis data akan dilakukan dengan menggunakan model interaktif ((Miles & Huberman, 1994) (Miles, Huberman, & Saldana, 2014)). Metode ini berarti adalah dilakukannya dengan proses pengumpulan data, kondensasi data, dan penampilan

data yang dilakukan berulang dan untuk saling mengkonfirmasi secara interaktif. Hal ini dilakukan hingga dapat ditarik kesimpulan yang tepat atas suatu kasus.

C. Hasil dan Pembahasan

Terdapat 20 pelaku UMKM yang menjadi informan riset. Seluruh informan beraga Islam. Mayoritas informan atau 70% merupakan perempuan, sisanya laki-laki. Separuh dari peserta adalah produsen makanan, 20% merupakan produsen minuman, sisanya industri pendukung seperti perdagangan dan pembuatan kemasan. Data lengkap dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Demografi Informan

Keterangan	Jenis	Jumlah
Jenis Kelamin	Perempuan	14
	Laki-laki	6
	Total	20
Agama	Islam	20
	Non-Islam	0
	Total	20
Produk	Makanan	10
	Minuman	4
	Non Makanan & Minuman	6
	Total	20
Kepemilikan Sertifikasi Halal	Memiliki	11
	Belum Memiliki	1
	Lainnya	8
	Total	20

Sumber: Data diolah

1. Isomorfisme Kursif: Persepsi sebagai Produsen atas Sertifikasi Halal

Bentuk isomorfisme kursif merupakan tekanan dari otoritas yang mewajibkan adanya sertifikasi halal. Pemerintah mewajibkan adanya sertifikasi halal pada Oktober 2026. Pemerintah juga mengeluarkan jalur *self-declare* halal untuk UMKM untuk mencapai target tenggat waktu ini.

Berdasarkan FGD dan survey, 11 UMKM telah mendapatkan sertifikat halal untuk produk makanan dan minumannya. Berdasarkan 11 UMKM tersebut, 7 UMKM mendapatkan sertifikat halal melalui jalur *self-declare* yang digalakkan pemerintah pada tahun 2022. Umumnya pada program ini UMKM yang memiliki produk makanan dan atau minuman akan ditawarkan kesediaannya untuk mengajukan sertifikasi halal dengan seluruh dana ditanggung pemerintah baik proses pendampingan auditor halal hingga sertifikat halal diperoleh. Melalui program *self-declare* ini menunjukkan bahwa sesungguhnya pemerintah tidak hanya mewajibkan tetapi juga memfasilitasi agar lebih banyak UMKM yang memiliki sertifikasi halal.

Tabel 2. Kepemilikan Sertifikasi Halal

Keterangan	Jenis	Jumlah
Kepemilikan Sertifikasi Halal	Memiliki	11
	Belum Memiliki	1
	Lainnya	8
Total		20
Tahun kepemilikan sertifikat halal	< 2022	7
	≥ 2022	3
	Lainnya	1
	Total	11

Sumber: Data diolah

Meskipun ditanggung sepenuhnya oleh pemerintah, namun pemenuhan persyaratan dan komitmen kehalalan sesungguhnya cukup berat. Hal ini karena seringkali halal juga terkait dengan proses. Misalnya saat ini Rumah Potong Hewan (RPH) yang resmi hanyalah untuk sapi. Sehingga apabila suatu warung menyediakan daging ayam atau kelinci karena tidak ada RPH khusus, meskipun menurut penjual sudah menyatakan disembelih secara halal, tetapi masih sulit untuk memperoleh sertifikat halal. Sebagaimana disampaikan oleh Bapak A:

“...jika menitipkan penyembelihan hanya menitipkan bisa. (Namun) disaat mau mendaftarkan produk *satanya*, *dimintanya kelincinya* halal apa ga nya (karena) jika tidak *terdokumennya* (maka tidak diakui kehalalannya).”

Pada kasus kelinci ini, seringkali pelaku UMKM sudah berusaha menitipkan penyembelihan kelinci ke RPH agar terjamin kehalalannya. Namun demikian ketika ijin RPH hanya untuk daging sapi, tetap saja pengajuan sertifikasi halal produk sate kelincinya ditolak.

Jalur *self-declare* memang diadakan untuk membantu UMKM. Namun demikian ternyata ada jenis produk yang harus disertifikasi jalur reguler, yang lebih sulit dan lebih mahal. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Ibu B:

“Produk fermentasi pakai jalur reguler, ada beberapa pengajuan tidak bisa jalur yang biasanya (*self-declare*). Ada beberapa kasus yang rame yang ternyata halal, namun dicek kadar alkoholnya tinggi. Jadi tidak bisa menggunakan jalur biasa (*self-declare*).”

Terdapat beberapa produk yang umum dipasaran dan dianggap halal. Namun demikian dalam proses produksi atau penyimpanan sehingga dapat memunculkan kandungan alkohol. Apabila dalam proses pengajuan sertifikat halal ditemui adanya indikasi ini, maka pelaku UMKM harus mengajukannya ke jalur reguler.

Permasalahan lain dalam pengajuan sertifikasi halal dapat pula berupa masalah administrasi. Kemudahan program bantuan sertifikasi halal jalur *self-declare* ini kadang kala juga menyulitkan pelaku UMKM. Umumnya ketika suatu entitas UMKM jika ingin menambah produk lain untuk memperoleh sertifikat halal, mereka kesulitan untuk langsung mengajukan secara daring. Hal ini karena selama proses pengajuan tidak terlibat langsung dalam pembuatan akun.

Masalah administrasi lain adalah bahwa sertifikasi ini dianggap akan berlaku selamanya. Padahal sertifikasi ini hanya berlaku maksimal empat tahun, dan

pengajuan selanjutnya harus menggunakan jalur reguler dan bukan lagi dengan *self-declare*. Padahal untuk UMKM yang memperoleh sertifikat halal jalur *self-declare* tahun 2022, sertifikatnya akan berakhir pada 2026. Perlu ada kebijakan pemerintah untuk membantu UMKM ini agar kewajiban sertifikasi tidak menjadi biaya tambahan dalam melaksanakan bisnisnya.

Tekanan isomorfisme kursif ini berasal dari pemerintah Republik Indonesia melalui BPJPH. Tekanan berupa anjuran dan fasilitasi selanjutnya dilakukan pula oleh Pemerintah Daerah dan elemen pemerintah lain yang memfasilitasi bantuan proses pengajuan *self-declare* halal. Hal ini sesuai dengan Teori Institusional DiMaggio & Powell (1983) serta riset Zulfakar *et al.* (2017).

2. Isomorfisme Normatif: Persepsi sebagai Konsumen atas Sertifikasi Halal

Isomorfisme Normatif umumnya berupa tekanan pasar yang berasal dari permintaan konsumen. Selain sebagai pelaku UMKM, para informan ini juga merupakan konsumen produk makanan dan minuman. Sebagai konsumen, 17 informan atau 85% selalu mempertimbangkan sertifikat halal ketika akan membeli produk makanan dan minuman.

Tabel 3. Persepsi Konsumen atas Sertifikasi Halal

Pertanyaan	Persepsi	Jumlah
Konsumen mempertimbangkan sertifikasi halal saat membeli produk makanan dan minuman	Ya/Penting/Setuju	17
	Tidak Setuju	0
	Tidak berpendapat	3
Total		20

Sumber: Data diolah

Beberapa pendapat bahwa halal sangat penting bagi konsumen sebagai pertimbangan pembelian produk. Seperti pendapat Ibu C:

“Setuju, halal sangat penting untuk produk makanan.”

Hal ini sesuai pula dengan pendapat Ibu D:

“Pertimbangan sertifikasi halal saat ini menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk.”

Namun demikian terdapat pula pendapat bahwa tekanan konsumen ini berakar dari religiositas mereka selaku muslim. Hal ini sebagaimana pendapat Bapak E: “Ya, karena saya muslim dan apabila konsumsi produk lebih yakin.”

Pendapat serupa juga diungkapkan oleh Ibu F:

“Jelas mempertimbangkan halal, alasan untuk menjamin mutu juga kualitas serta sah dari agama”

Hal ini menunjukkan bahwa isomorfisme normatif atas sertifikasi halal karena tekanan konsumen terjadi di Banyumas. Hal ini karena sebagian besar konsumen beragama Islam.

Namun demikian kadangkala tanpa adanya sertifikasi halal, konsumen tetap mau membeli produk makanan dan minuman. Hal ini terjadi karena melihat jenis makanan dan atau minuman yang dirasa sesuai dengan kriteria halal dan telah menjadi pelanggan lama. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ibu G:

“Yakin karena sudah terbiasa membeli”

Pendapat ini berarti bahwa halal isomorfisme normatif juga terjadi berdasarkan tekanan budaya setempat. Selaku pelaku usaha makanan dan minuman yang beroperasi di wilayah mayoritas beragama Islam akan terbiasa untuk menawarkan produk yang dimaksudkan untuk konsumsi halal.

3 Isomorfisme Mimetik: Sertifikasi Halal dan Kinerja Keuangan UMKM

Isomorfisme mimetik seringkali berasal dari praktik industri besar yang ingin ditiru oleh UMKM. Hal ini karena pemain pasar yang lebih besar umumnya diasosiasikan lebih sukses secara kinerja keuangannya. Salah satu hal yang penting bagi UMKM adalah kemampuannya untuk bermitra dengan industri yang lebih besar sebagai pemasoknya. Seperti pendapat Ibu H

“Bisa masuk ke toko-toko seperti di Toko Q**** (Bakery) itu dipertanyakan sertifikat halalnya”.

Toko Q**** Bakery adalah salah satu toko roti dan jajanan yang besar omsetnya di Banyumas. UMKM yang mampu bermitra menjadi pemasok atau produknya dapat dititipjualkan ke toko tersebut berasosiasi akan mendapatkan omset penjualan yang lebih stabil dari pada menjual sendiri. Berdasarkan adanya permintaan dari mitra industri yang lebih besar, maka banyak pula pelaku UMKM yang menjadi termotivasi untuk mendapatkan sertifikasi halal.

Tabel 4. Urgensi Sertifikasi Halal dan Kinerja Keuangan

Pertanyaan	Persepsi	Jumlah
Produsen merasa sertifikasi halal penting bagi suatu produk makanan dan minuman	Ya/Penting/Setuju	18
	Tidak Setuju	0
	Tidak berpendapat	2
	Total	20
Faktor yang berpengaruh terhadap omset penjualan	Sertifikat Halal	2
	Lainnya	18
	Total	20

Sumber: Data diolah

Berdasarkan FGD dan survey, 18 orang atau 90% informan selaku produsen merasa bahwa produk makanan dan minuman sangat penting untuk memiliki sertifikat halal. Namun ketika ditanya apa yang sesungguhnya berpengaruh terhadap omset penjualan produk, hanya 2 informan atau 10% yang merasa sertifikasi halal penting. Sisanya menyebutkan faktor selain sertifikat halal yang lebih penting. Hal ini sesuai dengan pendapat berikut ini.

Ibu I menyatakan bahwa; “Pemasaran, kemasan dan halal produk”. Hal ini berarti sertifikat halal penting. Namun pemasaran dan kemasan produk juga tidak kalah pentingnya. Pendapat lain juga sejalan dengan pendapat yang berasal dari Ibu J: “Pasti rasa, kualitas, harga. Halal sebagai nilai tambah. Dan otomatis nilai jual kita tambah dari faktor itu.”

Pendapat ini menunjukkan bahwa memang penting dan terdapat isomorfisme mimetik berupa tekanan dari pelaku pasar yang lebih besar. Sertifikasi halal sendiri memang penting karena tekanan yang ada, tetapi juga manfaatnya dalam

meningkatkan kinerja keuangan UMKM bersaing juga dengan faktor lain seperti pemasaran dan kualitas produk. Hal ini mendukung penelitian Zulfakar *et al.* (2017) berdasarkan sesuai dengan Teori Institusional (DiMaggio & Powell, 1983).

Hasil analisis Teori Institusional tepat untuk dilakukan atas sertifikasi halal di Banyumas sejalan dengan Teori (DiMaggio & Powell, 1983). Ketiga Isomorfisme dapat ditemukan di sini.

Isomorfisme kursif berasal dari tekanan pemerintah atas kewajiban sertifikasi halal. Tekanan ini terutama melalui kewajiban sekalian himbauan dan fasilitasi jalur *self-declare*. Hal ini sesuai dengan riset terdahulu (Hasan & Abd Latif, 2024), meskipun memang masih terdapat beberapa kendala dalam penerannya (Jamaluddin, Hidayatulloh, Zaini, & Sanawi, 2022).

Isomorfisme normatif berasal dari tekanan konsumen individu yang beragama Islam yang mengkonsumsi produk halal, dan hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu (Ab Talib, Md. Sawari, Hamid, Abdul Hamid, & Chin, 2016). Tekanan normatif ini juga berasal dari budaya lokal masyarakat yang mayoritas muslim sebagaimana dalam riset terdahulu (Ghazali, Mutum, Waqas, Nguyen, & Ahmad-Tarmizi, 2022).

Isomorfisme mimetik berasal dari tekana untuk meniru industri yang lebih besar dari pesaing yang lebih sukses (Zulfakar, Chan, & Jie, 2017). Hal ini karena UMKM akan berusaha untuk memenuhi standar dan praktik industri besar agar dapat bermitra dan atau menjadi pemasok dengan industri besar agar omsetnya meningkat.

D. Kesimpulan

Teori Institusional sesuai untuk menganalisis perilaku produsen dalam sertifikasi halal dengan 3 jenis tekanannya. Tidak ada yang paling dominan dalam teori institusional. Isomorfisme kursif dari pemerintah yang tampaknya merupakan pendorong dalam sertifikasi halal di Banyumas. Namun demikian isomorfisme normatif berupa permintaan konsumen dan isomorfisme mimetik berupa tren industri besar yang menggunakan sertifikasi halal juga berkembang di sini.

Penelitian ini dilaksanakan di Banyumas yang mayoritas penduduknya muslim dengan produsen yang membuat produk yang dimaksudkan untuk menjadi halal. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada wilayah Indonesia yang mayoritas non-muslim dan atau produsen makanan yang memang non-halal untuk konsumen non-muslim. Hal ini agar pemerintah dapat mempertimbangkan kondisi ini ketika membuat revisi kebijakan terkait kehalalan produk pada negara yang mayoritas muslim, namun terdapat pula rakyatnya menganut agama lain.

E. Ucapan Terimakasih (Jika ada)

Terima kasih kepada semua pihak LPPM Unsoed, segenap informan dari Aspikmas, pihak-pihak atas segala bantuan dalam penyusunan artikel ini..

Daftar Pustaka

- Ab Talib, M. S., Md. Sawari, S. S., Hamid, A. B., Abdul Hamid, A. B., & Chin, T. A. (2016). Emerging Halal food market: an institutional theory of Halal certificate implementation. *Management Research Review*, 39(9). doi:<https://doi.org/10.1108/MRR-06-2015-0147>

- Amer, M. (2024). Halal standards' implementation in Palestinian food sector: its drivers and impact on performance. *Arab Gulf Journal of Scientific Research*, 42(1), 2-29. doi:<https://doi.org/10.1108/AGJSR-09-2022-0168>
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2024, May 16). Kewajiban Sertifikasi Halal Produk UMK Ditunda, Menag: Bentuk Keberpihakan Pemerintah. Retrieved from <https://bpjph.halal.go.id/detail/kewajiban-sertifikasi-halal-produk-umk-ditunda-menag-bentuk-keberpihakan-pemerintah>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas. (2024). *Kabupaten Banyumas dalam Angka 2024*. Banyumas: Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas. Retrieved from <https://banyumaskab.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/9e0122445a31b8ef3d94aa07/kabupaten-banyumas-dalam-angka-2024.html>
- Changalima, I. A. (2025). Halal supply chain management: A bibliometric analysis of the 100 most-cited publications from Scopus-indexed journals. *Social Sciences & Humanities Open*, 11, 101248. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101248>
- Dawam, K., Laela, S. F., Hendrasto, N., Rehman, H. M., & Hasan, M. K. (2023). Determinants of Micro and Small Enterprise's Interest to Participate in Self-Declare Halal Certification. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 5(1), 1-22. doi:<http://dx.doi.org/10.21580/jdmhi.2023.5.1.15041>
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in. *American Sociological Review*, 48(2), 147-160.
- Ghazali, E. M., Mutum, D. S., Waqas, M., Nguyen, B., & Ahmad-Tarmizi, N. A. (2022). Restaurant choice and religious obligation in the absence of halal logo: A serial mediation model. *International Journal of Hospitality Management*, 101(103109). doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103109>
- Giyanti, I., Indrasari, A., Sutopo, W., & Liquiddanu, E. (2021). Halal standard implementation in food manufacturing SMEs: its drivers and impact on performance. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), 1577-1602. doi:<https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0243>
- Hasan, M. R., & Abd Latif, M. S. (2024). Towards a Holistic Halal Certification Self-Declare System: An Analysis of Maqāṣid al-Sharī'ah-Based Approaches in Indonesia and Malaysia. *Mazahib: Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, 23(1), 41-78. doi:<http://doi.org/10.21093/mj.v23i1.6529>
- Hendayani, R. (2024). Halal Supply Chain Growth. *Reference Modul in Social Sciences*. doi:<https://doi.org/10.1016/B978-0-443-13701-3.00102-X>
- Hidranto, F. (2024, May 4). Mengurus Sertifikasi Halal, Bagaimana Caranya? Indonesia. Retrieved from <https://indonesia.go.id/kategori/perdagangan/8178/mengurus-sertifikasi-halal-bagaimana-caranya?lang=1>
- Jamaluddin, Hidayatulloh, Zaini, A., & Sanawi. (2022). The problems of implementing Halal certification through the self-declaration program for MSMEs in Indonesia: A Case Study. *International Journal of Advances in Social and Economics*, 4(1), 30-36. doi:<https://doi.org/10.33122/ijase.v4i1.221>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA, USA: Sage Publication.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3 ed.). Thousand Oaks, CA, USA: Sage Publication.
- Noor, N. (2025). Halal service quality: systematic review, conceptual model, and future research. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/JIABR-06-2024-0211>

- Nugraha, W. S., Chen, D., & Yang, S. H. (2022). The effect of a Halal Label and Size on Purchasing intent for non-Muslim consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65(102873). doi:<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102873>
- Othman, R., Ahmad, Z. A., & Zailani, S. (2009). The Effect of Institutional Pressure in the Malaysian Halal Food Industry. *International Business Management*, 3(4), 80-84.
- Yunos, R. M., Che Mahmood, C., & Abd Mansor, N. H. (2014). Understanding Mechanism to Promote Halal Industry-The Stakeholders' Views. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130, 160-166. doi:doi: 10.1016/j.sbspro.2014.04.020
- Zailani, S., Iranmanesh, M., Jafarzadeh, S., & Foroughi, B. (2019). The influence of halal orientation strategy on financial performance of halal food firms: Halal culture as a moderator. *Journal of Islamic Marketing*. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/JIMA-01-2018-0023>
- Zulfakar, M. H., Chan, C., & Jie, F. (2017). Institutional forces on Australian Halal Meat Supply Chain. *Journal of Islamic Marketing*. doi:<https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2016-0005>