

**PERAN KOMUNIKASI KOMUNITAS BANGKIT PENGUSAHA MUSLIM (BPM) DALAM
MENSOSIALISASIKAN PRODUK HALAL KEPADA PELAKU UMKM
BIDANG KULINER DI KOTA PEKANBARU**

Oleh : M. Afri Yanda

Email : afriyanda15@gmail.com

Pembimbing : Dr. Nurjanah, M.Si

Konsentrasi Hubungan Masyarakat - Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax 1761-63277

ABSTRACT

Bangkit Pengusaha Muslim Community Sharia-based are present to assist the government in communicating halal products to UMKM in the city of Pekanbaru. The purpose of this community is to help the people, especially those in Pekanbaru, so that their business is in accordance with Islamic law. The purpose of this study was to determine the role of communication of Bangkit Pengusaha Muslim Community in socializing halal products to UMKM (culinary) in the city of Pekanbaru as seen from the role of communication and obstacles while socializing halal products.

In this research, the method used is descriptive qualitative. The subjects of this study amounted to four people, consisting of the Founder of Bangkit Pengusaha Muslim (BPM), a Member of BPM, two UMKM Partners of Muslim culinary products in the Pekanbaru city. While the object of this research is the role of communication of the Bangkit Pengusaha Muslim Community in disseminating halal products to micro and small businesses in the Pekanbaru city. Data collection techniques used were observation, interviews and documentation. Data analysis techniques using an interactive data analysis model. In achieving data validity in this study, the authors used an extension of participation and triangulation.

The results showed that the communication role of the Bangkit Pengusaha Muslim Community (BPM) had two roles in socializing halal products to UMKM, namely as an information center where the Bangkit Pengusaha Muslim Community (BPM) became a gathering place for Muslim entrepreneurs to unite and develop together by providing useful information for the development of businesses owned by Muslim entrepreneurs. One of the information shared by the BPM community is information about halal products. And as a companion where providing input and direction to the UMKM. Inputs and direction given by the BPM community aims to ensure that UMKM always maintain the production of halal and toyiban marketing in accordance with Islamic law. Meanwhile the obstacles that occur in socializing halal products in the form of media barriers and material obstacles in production.

Keywords : role of communication, Community, halal product.

PENDAHULUAN

Di zaman modern ini banyak perusahaan produk makanan berlomba-lomba mengeluarkan produk makanan yang mengandung bahan-bahan yang berlabel halal terhadap produk makanan yang dibuatnya untuk dikonsumsi oleh masyarakat luas. Makanan yang halal sangat penting untuk produk makanan karena kebanyakan masyarakat sekarang lebih memilih produk makanan yang telah memiliki sertifikasi halal yang telah dikeluarkan pemerintah. Dikeluarkannya sertifikasi halal bertujuan untuk memberikan rasa nyaman kepada konsumen tentang makanan yang higienis tidak mengandung bahan-bahan yang menggunakan sertifikasi yang tidak halal. Di agama Islam juga mengajarkan bahwa setiap umat muslim agar menjauhi produk makanan yang mengandung tidak halal contohnya (mengandung babi, daging anjing), disamping itu juga makanan yang mengandung tidak halal akan mengakibatkan efek buruk bagi tubuh manusia. Dengan dikeluarkannya produk makanan yang bersertifikasi halal ini agar membuat konsumen merasa aman, nyaman dan higienis bersih dari produk yg dibelinya.

Beranjak dari pada itu, salah satu persoalan cukup mendesak yang dihadapi umat adalah membanjirnya produk makanan. Umat, sejalan dengan ajaran islam, menghadapi produk-produk yang akan dikonsumsi tersebut dijamin kehalalan dan kesuciannya. Menurut ajaran islam, mengkonsumsi yang halal, suci, dan baik merupakan perintah agama dan hukumnya adalah wajib.

Produk-produk olahan baik makanan, minuman, obat-obatan, maupun kosmetik, kiranya dapat dikategorikan kedalam kelompok musytabihat (perkara yang tidak jelas). Sebab, tidak tertutup kemungkinan dalam proses pembuatannya tercampur atau menggunakan bahan-bahan yang haram atau tidak suci. Dengan demikian, produk-produk olahan tersebut bagi umat islam bukan persoalan sepele, maka wajarlah jika umat islam sangat berkepentingan untuk mendapat ketegasan tentang status hukum produk-produk tersebut sehingga apa yang akan mereka konsumsi tidak menimbulkan keresahan dan keraguan.

Komunitas BPM mengartikan produk halal itu tidak hanya tentang komposisi yang terkandung di dalam produk. Melainkan termasuk tempat berusaha, cara berusaha,

pemasaran, bahkan cara mendapatkan modal. Komposisi yang terkandung juga bukan hanya tidak menggunakan bahan yang haram, tetapi juga tidak boleh mencampur dengan bahan yang tidak seharusnya dengan tujuan agar menjadi lebih banyak.

Permasalahan yang muncul di masyarakat yang membuat gelisah dan khawatir karena membanjirnya produk makanan di Provinsi Riau serta banyaknya isu yang berkembang di masyarakat melalui media massa, bahwa banyaknya pedagang makanan yang melakukan perbuatan curang, yaitu dengan mencampurkan bahan makanan haram menurut umat islam ke dalam bahan baku makanan. Misalnya, isu yang berkembang terkait pencampuran daging babi atau tikus ke dalam bahan mentah yang akan diolah menjadi bakso.

(<https://www.merdeka.com/peristiwa/bpom-temukan-bakso-pakai-daging-babi-di-pekanbaru.html>)

Sertifikasi halal menjadi tanggung jawab sosial oleh segenap pihak. Lembaga hisbah berperan sebagai regulator yang menerapkan standarisasi, pelaku usaha sama-sama mempunyai peran dan tanggung jawab untuk menyediakan produk makanan dan minuman yang berkualitas sebelum dikonsumsi oleh masyarakat. Makanan dan minuman tidak hanya sekedar layak untuk dikonsumsi namun harus dapat memberikan jaminan keamanan, kesehatan, kualitas, kebersihan dan kehalalan sehingga tidak ada keraguan mengkonsumsi suatu produk. Sertifikasi halal menjadi suatu standarisasi yang menjamin mutu, kebersihan, keamanan, dan kehalalan.

Kesadaran untuk menerapkan sertifikasi halal pada kegiatan usaha kuliner belum menjadi suatu prioritas terpenting dikalangan pelaku usaha wisata kuliner. Lembaga hisbah memiliki agenda tugas, pokok, dan fungsi serta tanggung jawab kepada publik untuk mempromosikan Kota Pekanbaru sebagai destinasi wisata dengan memberlakukan kebijakan penerapan sertifikasi halal. (berdasarkan wawancara dengan Ibu Rika, selaku ketua BPM)

Sertifikasi halal perlu disosialisasikan untuk menjembatani kesenjangan informasi antara para pelaku usaha dengan lembaga hisbah dalam menerapkan sertifikasi halal. Penelitian tentang penerapan proses komunikasi (Dimiyati, 2012) menunjukkan bahwa proses

komunikasi yang diinisiasi oleh lembaga formal dalam menyampaikan informasi secara umum bersifat searah. Sertifikasi halal memerlukan penanganan penyampaian informasi secara komprehensif demi membangun kesepahaman makna.

Banyak para pelaku usaha yang ada di Kota Pekanbaru masih memiliki persepsi jika mayoritas muslim maka produk yang sudah otomatis halal namun ternyata tidak. Selain itu pengurusan administrasi izin usaha yang berbelit-belit sehingga ketidakpastian waktu pengurusan izin usaha membuat para pelaku usaha enggan mau melakukan legalisasi usahanya. Proses perizinan untuk memperoleh sertifikasi halal membutuhkan tahapan yang panjang dan rumit mulai dari pemerintah, BPOM, dan LPPOM MUI. Para pelaku usaha harus mengikuti prosedur yang memerlukan waktu, tenaga dan biaya yang tidak sedikit sehingga tak jarang membuat para pelaku usaha memutuskan berhenti mengurus sertifikasi halal.

Sertifikasi halal dibutuhkan untuk memberikan kenyamanan dan memperkuat kepercayaan terhadap produk terutama yang berhubungan dengan makanan dan minuman. Lembaga hisbah bertanggung jawab penuh untuk menyampaikan informasi ini, para pelaku usaha juga sebenarnya membutuhkan untuk meningkatkan nilai branding produk. Aturan dan birokrasi yang kaku, resistensi terhadap perubahan dunia usaha berhubungan penyampaian informasi. Namun kini tampaknya komunikasi perlu memperhatikan kebutuhan dari khalayak yang disesuaikan dengan perkembangan zaman.

Komunitas Bangkit Pengusaha Muslim merupakan sebuah wadah atau tempat dimana baik itu para pedagang, pengusaha ataupun masyarakat umum bisa bergabung di dalamnya. Awalnya dari 20 tahun yang lalu, bu Rika dari kuliah sudah mengadakan bazar makanan tradisional. Aksi 212 menjadi pemicu Ibu Rika untuk membentuk komunitas Bangkit Pengusaha Muslim. Menurut ini harus ada gerakan bersama dan alhamdulillahnya didukung sama adanya media sosial. Visi misi dari komunitas Bangkit Pengusaha Muslim yaitu membentuk pengusaha-pengusaha muslim yang bernilai rabbani. Program komunitas Bangkit Pengusaha Muslim pelatihan, seminar, sosialisasi, membantu

pengurusan izin, kajian islam, wisata halal, bakti sosial.

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa adapun kiat-kiat yang dilakukan komunitas BPM dalam membantu pengembangan produk halal di Pekanbaru adalah menjadikan BPM sebagai pusat informasi produk muslim dan bisnis muslim kepada pelaku UMKM, memberitahu dan menceritakan kepada mereka tentang pengusaha-pengusaha muslim yang bernilai rabbani yaitu apapun yang dikerjakan pengusaha harus menjadi rahmatan lilalamin, mengembangkan potensi masyarakat atau pelaku UMKM dengan cara bekerja sama dengan komunitas BPM dalam menentukan tempat usaha, produk apa yang harus dijual agar tidak melanggar ketentuan islam, membantu para masyarakat yang kekurangan modal untuk menjalankan usahanya dengan cara menghubungkan pihak-pihak yang memiliki modal dan berniat untuk memberikan suatu usaha dengan pihak-pihak yang membutuhkan modal tersebut, mengadakan bazar yang dapat memudahkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produk-produknya, dan membantu masyarakat dalam mengurus izin mendirikan usaha.

Komunitas BPM membantu para mitra UMKM dengan menjadi mentor yang mengarahkan agar mereka memastikan semua bahan makanan bukan hanya halal, tapi juga diproses sesuai syariat islam. Sebagai contoh salah satu mitra UMKM yang berjualan mie ayam, BPM menghimbau untuk memastikan agar pemotongan ayamnya dari tempat pemotongan yang sesuai dengan apa yang di atur oleh hukum islam. Contoh lain penjual masakan padang yang terkenal telur dadarnya, oleh bpm diarahkan agar sebelum telurnya diolah harus dicuci terlebih dahulu. Begitulah contoh bagaimana BPM membantu para mitra UMKM agar mereka memastikan produk mereka halal.

Peran komunikasi yang dikemukakan oleh Mulyana (2000:65-66) adalah penyampaian informasi, pengumpulan, penyimpanan data, gambar yang dibutuhkan dari orang yang mempunyai status kedudukan tertentu agar dapat mengerti dan berinteraksi secara jelas tentang kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat. Penulis ingin melihat peran komunikasi seperti apa yang komunitas

Bangkit Pengusaha Muslim lakukan dalam peran sebagai pusat informasi dan sebagai pendamping kepada UMKM dan juga apa saja hambatan komunikasi yang dihadapi.

Berdasarkan permasalahan di atas maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul "Peran Komunikasi Komunitas Bangkit Pengusaha Muslim (BPM) dalam Mensosialisasikan Produk Halal Kepada Pelaku UMKM (Kuliner) di Kota Pekanbaru".

TINJAUAN PUSTAKA

Peran Komunikasi

Peranan komunikasi dalam sistem sosial sebagai informasi, sosialisasi, motivasi, diskusi dan perdebatan, pendidikan, memajukan kehidupan, hiburan, dan integrasi. Menurut Widjaja (1993:66) peran komunikasi terbagi menjadi 3 sebagai berikut:

- 1) Komunikasi merupakan alat suara organisasi sehingga seluruh kegiatan organisasi dapat diorganisasikan (dipersatukan) dengan baik untuk mencapai tujuan tertentu.
- 2) Komunikasi merupakan alat untuk mengubah perilaku para anggota dalam suatu organisasi.
- 3) Komunikasi adalah alat informasi yang dapat disampaikan kepada seluruh anggota organisasi. (Widjaja, 1993:66)

Sosialisasi

Sosialisasi (pemasarakatan) juga mengandung arti penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif dan menyebabkan sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat (Effendy, 2011:27).

Tujuan sosialisasi organisasi adalah membangun hubungan kerjasama dengan berbagai komponen masyarakat dan publik eksternal yang lain. Melalui kerjasama yang erat, diharapkan masyarakat merasakan dan memiliki sehingga masyarakat tidak hanya menerima manfaat saja. Diharapkan masyarakat difasilitasi untuk terlibat secara lebih berarti.

Meskipun proses sosialisasi dipisahkan secara formal dan informal, namun pada kenyataannya di lapangan hasilnya sangat sulit untuk dipisah-pisahkan karena individu

biasanya mendapatkan sosialisasi formal dan informal sekaligus.

UMKM

UMKM merupakan usaha yang memiliki peran yang cukup tinggi terutama di Indonesia yang masih tergolong negara berkembang. Dengan banyaknya jumlah UMKM maka akan semakin banyak penciptaan kesempatan kerja bagi para pengangguran. Selain itu UMKM dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan khususnya di daerah pedesaan dan rumah tangga berpendapatan rendah (Tambunan, 2008).

Peran UMKM tidak dapat diragukan lagi dalam mendukung peningkatan pendapatan masyarakat tetapi pengertian dari UMKM tersebut masih beragam. Makna dari UMKM sendiri berbeda-beda. Definisi yang berkaitan dengan UMKM antara lain menurut:

- 1) Ketentuan undang-undang No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil dan kemudian dilaksanakan lebih lanjut dengan peraturan pemerintah nomor 44 tahun 1997 tentang kemitraan, dimana pengertian UMKM adalah sebagaimana diatur Undang-undang No. 20 tahun 2008 UMKM adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.
- 2) Menurut badan Pusat Statistik tahun 2003 mendefinisikan UMKM menjadi 2 kategori yaitu:
 - a) Menurut omset. Usaha kecil adalah usaha yang mempunyai aset tetap kurang dari Rp. 200.000.000 dan omset pertahun kurang Rp.1.000.000.000.
 - b) Menurut jumlah tenaga kerja. Usaha kecil adalah usaha yang mempunyai tenaga kerja sebanyak 5 sampai 9 orang tenaga kerja. Industri rumah tangga adalah industri yang memperkerjakan kurang dari 5 orang. UMKM adalah usaha yang mempunyai modal awal

yang kecil atau nilai kekayaan (aset) yang kecil dan jumlah pekerja yang kecil (terbatas), nilai modal (aset) atau jumlah pekerjaannya sesuai definisi yang diberikan oleh pemerintah atau intitusi lain dengan tujuan tertentu.

- 3) Menurut Departemen Perindustrian dan Perdagangan, UMKM adalah kelompok industri kecil modern, industri tradisional, dan industri kerajinan yang mempunyai investasi modal untuk mesin-mesin dan peralatan sebesar Rp.70.000.000,00 ke bawah dan usahanya dimiliki oleh warga Negara Indonesia. UMKM adalah badan usaha baik perorangan atau badan hukum yang memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) sebanyak Rp. 200.000.000,00 dan mempunyai hasil penjualan pertahun sebanyak Rp. 1.000.000.000,00 dan berdiri sendiri (Anggraini dan Nasution, 2008).

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini akan menggambarkan dan memahami adanya peristiwa di dalam masyarakat yang dianggap termasuk ke dalam penyimpangan sosial dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan yang bercirikan deskriptif kualitatif ini bertujuan mengkaji dan mengklarifikasi mengenai adanya suatu fenomena yang terjadi di dalam masyarakat. Penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memahami permasalahan secara keseluruhan. Dalam hal ini, peneliti berusaha mendeskripsikan fakta-fakta yang sesungguhnya bagaimana peran komunikasi komunitas Bangkit Pengusaha Muslim (BPM) dalam mensosialisasikan produk halal kepada UMKM (kuliner) di Pekanbaru.

Untuk lokasi penelitian merupakan tempat penelitian dilaksanakan. Penelitian ini bertempat di sekretariat komunitas Bangkit Pengusaha Muslim (BPM) di Jl. Soebrantas Perum. Taman Firdaus Blok D13 Pekanbaru. Waktu penelitian kelapangan dimulai pada bulan Februari 2020 sampai Agustus 2020 melakukan penelitian mendalam dengan melakukan observasi dan wawancara. Kemudian pada bulan Agustus 2020 naskah skripsi telah tersusun dan siap untuk disidangkan.

Subjek penelitian adalah orang-orang yang menjadi informan dalam satu penelitian (Alwasilah, 2011:115). Dalam penelitian ini, Penulis memilih berdasarkan kriteria yang telah penulis tentukan yaitu pendiri komunitas, anggota yang telah bergabung lebih dari dua tahun, dan mitra UMKM yang aktif dalam kegiatan. Oleh karena itu peneliti menetapkan informan dalam penelitian ini antara lain Ibu Rika Aisyah Ruvaida selaku Founder atau pendiri Bangkit Pengusaha Muslim (BPM), Ibu Fitriza Ayu sebagai Anggota BPM, Ibu Adel dan Bapak Haji Syaiful selaku Mitra UMKM produk kuliner muslim

Objek dalam penelitian ini adalah segala permasalahan yang hendak diteliti (Alwasilah, 2011:115). Yang menjadi objek dari penelitian ini berkaitan dengan fokus penelitian yaitu: Objek dalam penelitian ini adalah peran komunikasi Komunitas Bangkit Pengusaha Muslim dalam mensosialisasikan produk halal kepada pelaku usaha mikro kecil dan menengah di kota Pekanbaru..

Teknik analisis data secara kualitatif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman yaitu suatu teknik analisis data yang menggambarkan sifat interaksi koleksi data. Untuk memperkaya data bagi tujuan teorisasi untuk penjelasan menjawab pertanyaan dari suatu peristiwa atau fenomena yang ditemukan dalam penelitian. analisis data yang dimaksud yaitu reduksi data dan verifikasi data atau penarikan kesimpulan (Bungin, 2003:69).

HASIL PENELITIAN

Penulis akan menguraikan dan membahas hasil dari penelitian berdasarkan pada hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah penulis lakukan dan dapatkan selama dilapangan. Apa yang terjadi dilapangan sesuai dengan pokok penelitian yang telah dirumuskan yakni mengenai peran komunikasi Komunitas Bangkit Pengusaha Muslim dalam mensosialisasikan produk halal kepada pelaku usaha mikro kecil dan menengah di kota Pekanbaru.

Peran Komunikasi Komunitas BPM Dalam Mensosialisasikan Produk Halal Kepada Pelaku UMKM (Kuliner) Di Kota Pekanbaru.

Peran komunikasi adalah penyampaian informasi, pengumpulan, penyimpanan data, gambar yang dibutuhkan dari orang yang mempunyai status kedudukan tertentu agar

dapat mengerti dan berinteraksi secara jelas tentang kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat. Jika komunikasi dipandang lebih luas, maka artinya tidak hanya sebagai pertukaran berita dan pesan-pesan, melainkan sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukarmenukar data, fakta, dan ide. (Mulyana,2000:65-66).

Komunitas Bangkit Pengusaha Muslim (BPM) memiliki visi Tercapainya sistem ekonom islam untuk kebaikan dan kesejahteraan dunia dan akhirat bagi manusia. Dalam mencapai misi itu salah satu fokus BPM adalah membantu pengusaha-pengusaha muslim untuk semakin berkembang. Terlebih kepada para pengusaha di bidang kuliner dan herbal, BPM menekankan kepada mereka tentang kehalalan usaha dan produk mereka. Peran komunikasi komunitas Bangkit Pengusaha Muslim dalam mensosialisasikan produk halal kepada pengusaha (UMKM) kuliner terbagi dalam dua peran, yaitu saebagai pusat informasi, dan sebagai pendamping.

1. Sebagai Pusat Informasi

Informasi adalah suatu data, keterangan, pengetahuan, berita yang bermakna dan berguna bagi penyedia informasi maupun bagi pengguna informasi. Sebuah informasi dapat dikomunikasikan, dapat ditransfer atau diakses oleh para pengguna informasi. Informasi yang benar akan menghasilkan keuntungan yang besar bagi para pengguna informasi, dengan melihat kenyataan itu, suatu informasi yang bernilai, kaya dan bermutu mempunyai nilai ekonomi yang tinggi (Yusuf, 2009:30)

Dari wawancara dengan Ibu Rika selaku ketua BPM mengatakan kaidah islam tentang makanan adalah harus halalan thayyiban. Konsep halal yang diterapkan BPM tidak hanya terbatas pada komposisi termasuk juga proses produksi sampai menjual. Seperti dalam hal mengumpulkan modal, modal yang digunakan haruslah berasal dari sumber yang baik. Modal yang berasal dari sumber yang baik tentunya akan membuat usaha yang dijalani mendapatkan berkah. Juga dalam hal tempat berusaha, tempat yang digunakan tidak boleh mengambil hak orang lain. Begitupun dalam memproduksi, tidak dibenarkan menambahkan bahan yang tidak diperlukan hanya untuk mendapatkan hasil produksi yang lebih banyak.

Komunitas Bangkit Pengusaha Muslim tidak hanya memberikan informasi terkait produk halal saja, BPM juga bekerjasama

dengan instansi pemerintah untuk mengadakan kegiatan seminar dan pelatihan yang diisi pemateri dari Instansi pemerintah seperti BUMN. Kegiatan ini diselenggarakan agar para mitra UMKM mengerti dan bisa mempersiapkan ketika ingin mengurus izin izin terkait produknya. Seperti perizinan Produk Industri Rumah Tangga dan juga izin edar dari BPOM. Maupun pengurusan Sertifikat Halal di MUI.

2. Sebagai Pendamping

Selain sebagai pusat informasi, BPM juga mengambil peran sebagai pendamping. Pendampingan menurut Direktorat Bantuan Sosial adalah suatu proses pemberian kemudahan yang diberikan pendamping kepada klien dalam mengidentifikasi kebutuhan dan memecahkan masalah serta mendorong tumbuhnya inisiatif dalam proses pengambilan keputusan sehingga kemandirian dapat diwujudkan. Komunitas Bangkit Pengusaha Muslim memiliki misi mencetak dan menciptakan pengusaha-pengusaha yang handal dan bernilai rabbani. Untuk mencapai misi tersebut, selain sebagai pusat informasi BPM juga berperan sebagai pmdamping bagi UMKM dalam memastikan agar mereka tetap menjaga syari'at islam sehingga menjadi pengusaha yang bernilai rabbani.

Komunitas Bangkit Pengusaha Muslim melakukan pendampingan dengan cara mengadakan seminar dan memberikan masukan dan arahan kepada UMKM dalam melakukan produksi dan pemasaran produk mereka agar tetap sesuai dengan syariat islam. BPM mendampingi mitra UMKM dari tahap memilih pemasok bahan baku. Seperti yang disampaikan sebelumnya BPM memberi masukan kepada mitranya agar memastikan sumber bahan bakunya adalah sumber yang dapat dipercaya. Seperti kepada mitranya SiSusu dalam memilih pemasok bahan baku susu murni.

Bangkit Pengusaha Muslim selalu mengingatkan UMKM dalam menjaga produknya. Dapat disimpulkan bahwa cara mendampingi komunitas Bangkit Pengusaha Muslim ke UMKM dengan selalu mengingatkan mereka untuk menjaga produk dari cara memproduksi sampai pemasaran agar halal dan toyiban. Pemasaran yang halal yang dimaksud komunitas BPM diatas yaitu menyangkut soal penetapan harga, tidak penipuan dalam promosi, juga tidak berjualan ditempat dan waktu yang dilarang.

Perlunya pendampingan yang dilakukan membuat para UMKM menjadi lebih baik dan meningkatkan kualitas produk. Karena mulai dari pemilihan bahan, pengolahan, pengemasan, dan penjualan yang dilakukan di dampingi oleh BPM sangat membantu pelaku UMKM dan menjadi percaya diri atas produk mereka. Produk yang dihasilkanpun menjadi lebih baik lagi. Sehingga para konsumen menjadi percaya dan yakin atas produk yang mereka jual.

Hambatan Apa Saja Yang Muncul Saat BPM Mensosialisasikan Produk Halal Kepada Pelaku UMKM (Kuliner) Di Pekanbaru?

Beberapa ahli komunikasi menyatakan bahwa tidaklah mungkin seseorang melakukan komunikasi yang sebenar-benarnya efektif. Ada banyak hambatan yang dapat merusak komunikasi. Segala sesuatu yang menghalangi kelancaran komunikasi disebut sebagai gangguan (noise). Hambatan komunikasi adalah segala bentuk gangguan yang terjadi di dalam proses penyampaian dan penerimaan suatu pesan dari individu kepada individu yang lain yang disebabkan oleh faktor lingkungan maupun faktor fisik dan psikis dari individu itu sendiri.

Komunitas Bangkit Pengusaha Muslim pun tentu menemukan juga hambatan dalam mensosialisasikan produk halal kepada UMKM. Hambatan yang dialami merupakan hambatan yang datang dari luar, bukan hambatan psikis atau hambatan dari dalam diri anggota BPM atau mitra UMKM. Hambatan tersebut yaitu hambatan bahan baku alami yang masih menjadi kesulitan untuk diterapkan oleh mitra UMKM.

komunitas Bangkit Pengusaha Muslim menganjurkan para UMKM yang didampingi agar menggunakan bahan baku yang alami, namun hal ini belum sepenuhnya diterapkan oleh mereka. Bahan baku yang diperlukan masih belum tersedia dengan baik, juga memiliki keterbatasan sehingga masih menjadi kendala yang dihadapi baik Komunitas BPM maupun UMKM. Komunitas BPM menganggap inilah proses edukasi yang harus dijalani, karena tidak mungkin bisa langsung sepenuhnya dapat dilaksanakan.

Hambatan lainnya adalah sebagai pusat informasi tetapi komunitas BPM tidak memiliki media yang mencakup semua informasi yang dimiliki untuk bisa diakses oleh mitra UMKM.

Komunitas BPM akun di beberapa media sosial seperti facebook dan instagram, namun penggunaan media ini adalah untuk mengumumkan kegiatan (seminar, pelatihan, maupun kajian) yang diadakan oleh komunitas BPM. Untuk memperoleh informasi, mitra UMKM haruslah berkomunikasi dengan anggota komunitas secara langsung ataupun melalui telepon genggam. Menjadi masalah ketika mitra UMKM membutuhkan informasi saat itu juga namun tidak bisa bertemu langsung dan komunikasi melalui telepon juga belum tentu akan langsung mendapatkan respon dari komunitas BPM.

PEMBAHASAN

Dari penelitian yang peneliti lakukan di lapangan yakni di sekretariat Komunitas Bangkit Pengusaha Muslim yang berlokasi di jalan Soebrantas Perum. Taman Firdaus, maka penulis akan membahas mengenai peran komunikasi komunitas Bangkit Pengusaha Muslim dalam mensosialisasikan produk halal kepada UMKM di Pekanbaru.

Peran komunikasi adalah penyampaian informasi, pengumpulan, penyimpanan data, gambar yang dibutuhkan dari orang yang mempunyai status kedudukan tertentu agar dapat mengerti dan berinteraksi secara jelas tentang kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat. Jika komunikasi dipandang lebih luas, maka artinya tidak hanya sebagai pertukaran berita dan pesan-pesan, melainkan sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukarmenukar data, fakta, dan ide. (Mulyana,2000:65-66).

Bahasan peran komunikasi Komunitas Bangkit Pengusaha Muslim (BPM) peneliti adalah mengenai peran komunikasi Komunitas Bangkit Pengusaha Muslim (BPM) dalam mensosialisasikan produk halal kepada UMKM di Pekanbaru dan Hambatan yang muncul saat komunitas BPM mensosialisasikan produk halal kepada UMKM.

Peran Komunikasi Komunitas BPM Dalam Mensosialisasikan Produk Halal Kepada Pelaku UMKM (Kuliner) Di Kota Pekanbaru.

Komunitas BPM merupakan sebuah wadah atau tempat dimana baik itu para pedagang, pengusaha ataupun masyarakat umum bisa bergabung di dalamnya. Awalnya dari 20 tahun yang lalu, bu Rika dari kuliah sudah bikin bazar makanan tradisional. Visi

misi dari komunitas bangkit pengusaha muslim yaitu membentuk pengusaha-pengusaha muslim yang bernilai rabbani.

Bangkit Pengusaha Muslim (BPM) memiliki visi Tercapainya sistem ekonom islam untuk kebaikan dan kesejahteraan dunia dan akhirat bagi manusia. Dalam mencapai misi itu salah satu fokus BPM adalah membantu pengusaha-pengusaha muslim untuk semakin berkembang. Terlebih kepada para pengusaha di bidang kuliner dan herbal, BPM menekankan kepada mereka tentang kehalalan usaha dan produk mereka.

Dari hasil penelitian yang telah dijabarkan di atas, penulis mendapati bahwa komunitas Bangkit Pengusaha Muslim memiliki dua peran dalam mensosialisasikan produk halal kepada UMKM yaitu sebagai pusat informasi dan sebagai Pendamping.

Sebagai pusat informasi komunitas Bangkit Pengusaha Muslim (BPM) ingin menjadi wadah berkumpulnya pengusaha-pengusaha muslim untuk bersatu dan berkembang bersama-sama dengan menyediakan informasi yang berguna untuk perkembangan usaha yang dimiliki pengusaha-pengusaha muslim tersebut. Salah satu informasi yang dibagikan oleh komunitas BPM adalah informasi tentang produk halal. Komunitas BPM mengartikan produk halal itu tidak hanya tentang komposisi yang terkandung di dalam produk. Melainkan termasuk tempat berusaha, cara berusaha, pemasaran, bahkan cara mendapatkan modal. Komposisi yang terkandung juga bukan hanya tidak menggunakan bahan yang haram, tetapi juga tidak boleh mencampur dengan bahan yang tidak seharusnya dengan tujuan agar menjadi lebih banyak.

Modal yang digunakan dalam berbisnis haruslah dengan uang yang halal. Dalam berbisnis tidak boleh mengambil hak orang lain, seperti mengambil tempat orang lain. Konsep halal yang dimaksud BPM adalah bagaimana dalam segala aspek berbisnis harus mengikuti kaidah islam.

Tidak hanya menyediakan informasi, Komunitas Bangkit Pengusaha Muslim (BPM) juga mendampingi UMKM yang membutuhkan pendampingan dalam menerapkan informasi yang telah diterima. Cara komunitas BPM dalam mendampingi adalah dengan memberikan masukan dan arahan kepada para UMKM tersebut. Masukan dan arahan yang disampaikan komunitas BPM bertujuan agar

para UMKM selalu menjaga produksi sampai pemasaran yang halal dan toyyiban sesuai syariat islam.

Komunitas BPM dalam memberikan masukan dan arahan tentunya harus mengetahui terlebih dahulu bagaimana masing-masing UMKM beroperasi. Karena itu komunitas BPM datang ke tempat produksi UMKM untuk melihat prosesnya dan untuk mencari tahu dimana yang harus diperbaiki agar sesuai dengan konsep halal. BPM akan melihat proses produksinya, dari supplier mana mendapatkan bahan baku sampai ke pengolahannya. Bahan baku yang didapat harus dari supplier yang juga mengikuti kaidah islam. BPM juga akan mengingatkan agar dalam proses pengolahannya UMKM tidak mencampur dengan bahan yang tidak perlu hanya untuk memperbanyak jumlah hasil produknya.

Dari segi pemasaran BPM juga mengingatkan agar para UMKM jujur, tidak berbohong dalam promosinya hanya agar produknya lebih menarik. Tujuan pendampingan ini juga agar nanti para UMKM dapat mengurus izin peredaran dan juga sertifikasi halal.

Hambatan Apa Saja Yang Muncul Saat BPM Mensosialisasikan Produk Halal Kepada Pelaku UMKM (Kuliner) Di Pekanbaru?

Identifikasi kedua dalam penelitian ini adalah hambatan apa saja yang muncul saat Komunitas Bangkit Pengusaha Muslim (BPM) mensosialisasikan produk halal kepada pelaku UMKM (kuliner) di Pekanbaru. Adapun bentuk hambatan yang dihadapi oleh BPM berupa hambatan media dan hambatan bahan dalam produksi.

Hambatan media adalah hambatan yang terjadi dalam penggunaan media komunikasi. Hambatan media yang terjadi karena Komunitas Bangkit Pengusaha Muslim (BPM) adalah tidak adanya media yang dapat di akses ketika UMKM membutuhkan informasi lebih lanjut produk halal, sehingga membuat para UMKM harus bertemu langsung. Akses media informasi sangat penting untuk dilakukan karena dapat langsung diakses ketika membutuhkan informasi di waktu yang mendesak ataupun informasi yang cepat untuk didapat. Dalam hal ini perlu adanya pertimbangan dari komunitas BPM agar dapat memberikan solusi dari masalah media informasi.

Dan hambatan bahan dalam produksi yang dialami bahan yang digunakan ketika produksi tidak sepenuhnya menggunakan bahan yang alami. Karena lebih rumit dan jumlah yang dibutuhkan cukup banyak. Hambatan dalam penggunaan bahan alami ini dikarenakan mitra UMKM ingin agar produksi usahanya dapat berjalan lebih efisien. Efisien yang dimaksud di sini adalah efisiensi waktu dan tenaga kerja, sebab jika semuanya harus menggunakan bahan alami maka produksi akan memakan waktu yang lebih lama dan membutuhkan tenaga kerja lebih banyak. Namun dalam mengatasi hambatan bahan alami ini, mitra UMKM memiliki solusi yaitu dengan memastikan bahwa pengganti bahan alami yang digunakan aman dan sudah terdaftar di BPOM dan mendapat Sertifikasi Halal.

Hambatan-hambatan yang terjadi diatas tidak sepenuhnya menjadi sebuah hambatan yang serius. Karena hambatan pada media tidak menjadi masalah yang besar. Ketika bertemu langsung atau tatap muka lebih dapat memudahkan dalam berdiskusi mengenai produk halal. Dan hambatan pada bahan meskipun memakai bahan pewarna makanan sintetis, tetapi memastikan bahwa pewarna makanan yang digunakan sudah terdaftar di BPOM dan tersertifikasi halal oleh MUI.

Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah diperoleh dan analisa, maka penulis menarik simpulan sebagai berikut:

1. Bangkit Pengusaha Muslim (BPM) memiliki visi Tercapainya sistem ekonom islam untuk kebaikan dan kesejahteraan dunia dan akhirat bagi manusia. Dalam mencapai misi itu salah satu fokus BPM adalah membantu pengusaha-pengusaha muslim untuk semakin berkembang. Peran komunikasi komunitas Bangkit Pengusaha Muslim dalam mensosialisasikan produk halal kepada pengusaha (UMKM) kuliner terbagi dalam dua peran, yaitu sebagai pusat informasi, dan sebagai pendamping.
2. Adapun hambatan yang terjadi dalam peran komunikasi Komunitas Bangkit Pengusaha Muslim (BPM) adalah hambatan media dan hambatan pada bahan produksi. Hambatan media yang terjadi adalah tidak adanya media yang dapat di akses ketika UMKM

membutuhkan informasi lebih lanjut produk halal, sehingga membuat para UMKM harus bertemu langsung. Dan hambatan bahan dalam produksi yang dialami bahan yang digunakan ketika produksi tidak sepenuhnya menggunakan bahan yang alami. Karena lebih rumit dan jumlah yang dibutuhkan cukup banyak.

Saran

Dalam penulisan skripsi ini penulis perlu menyampaikan beberapa saran dengan harapan agar saran yang penulis sampaikan dapat memberikan kemajuan dan perkembangan dari permasalahan yang penulis bahas. Adapun saran yang dapat penulis berikan pada penelitian ini adalah:

1. Saran penulis kepada komunitas Bangkit Pengusaha Muslim (BPM) Peran komunikasi komunitas BPM sebagai pusat informasi dan sebagai pendamping produk halal sudah sangat bagus. Saran penulis pada BPM hanya perlu mempertahankan kinerja saat ini.
2. Untuk hambatan yang dialami Komunitas Bangkit Pengusaha Muslim (BPM) dalam hambatan media saran penulis perlunya menggunakan media untuk mempermudah akses informasi ketika UMKM membutuhkan tambahan informasi dengan menggunakan media sosial facebook.
3. Untuk penulis selanjutnya, yang juga memiliki ketertarikan untuk meneeliti masalah yang sama namun dalam konsep yang berbeda, maka penulis berharap bisa lebih dikembangkan lagi dalam menggunakan metode penulisan yang berbeda sehingga hasilnya pun semakin baik.

Akhirnya penulis mengharapkan semoga penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak dan bagi peneliti selanjutnya yang terkait dalam bidang komunikasi dan sosiasisasi. Agar saran-saran di atas dapat diaplikasikan dalam segala aspek kehidupan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah A. Chaedar, 2011. *Pokoknya Kualitatif, Dasar-Dasar Merancang Dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Dunia Pustaka Jaya.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif : Aktualisasi Metodologis*

- Kearah Ragam Varian Kontemporer.*
Jakatra : PT Raja Grafindo Persada.
- Dimiyati, Vien. 2012. Standar Halal di Indonesia Diakui Dunia. Jurnal Nasional.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rusda Karya.
- Mulyana, Deddy (2000). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tambunan, Tulus, TH. 2008. Usaha Kecil dan Menengah Di Indonesia Beberapa Isu Penting. Jakarta: Salemba Empat.
- Widjaja, AW. 1993. Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yusuf, A.Muri. 2014. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan. Jakarta: Prenadamedia Grup.

Sumber lain:

<https://www.merdeka.com/peristiwa/bpom-temukan-bakso-pakai-daging-babi-di-pekanbaru.html>