

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUSEN MIE INSTAN DALAM PENERAPAN STANDAR NASIONAL INDONESIA

Influencing Factors for Instant Noodles Producers to Implement of Standar Nasional Indonesia

Bagas Haryotejo

Pusat Pengkajian Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri, Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan, Kementerian Perdagangan-RI,
Jl. M. I. Ridwan Rais No.5 Jakarta Pusat, bags9apr@gmail.com, bagas.haryotejo@kemendag.go.id

Naskah diterima: 13 Mei 2013
Disetujui diterbitkan: 4 Juli 2013

Abstrak

Saat ini terdapat beberapa produk pangan konsumsi yang beredar di pasaran yang belum diwajibkan menerapkan Standar Nasional Indonesia (SNI), diantaranya produk mie instan. Studi ini mengkaji berbagai pertimbangan pelaku usaha makanan mie instan dalam penerapan SNI sukarela dan persepsi pelaku usaha terhadap penerapan SNI yang dimaksud. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan model *Decision Matrix Analysis* (DMA) dan analisis *cost and benefit*. Berdasarkan hasil kajian ini, faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan menerapkan SNI secara sukarela adalah pemahaman pelaku usaha terhadap materi SNI dan kemampuan lembaga penunjangnya, yaitu lembaga sertifikasi produk, supervisi dan pengawas mutu. Analisis *cost and benefit* atas persepsi perusahaan menunjukkan bahwa "image" menjadi pertimbangan yang dianggap sebagai benefit bagi perusahaan dalam menerapkan SNI. Sedangkan pertimbangan yang dianggap sebagai *cost* dalam penerapan SNI secara sukarela adalah biaya pembuatan dan peralatan instalasi laboratorium pengujian mutu yang tersertifikasi. Dalam rangka mendukung penerapan SNI diperlukan sosialisasi dan pendampingan terhadap pelaku usaha, insentif pengadaan sarana dan prasarana laboratorium, serta pemangkasan waktu proses pengurusan SNI.

Kata Kunci : SNI Sukarela, Mie Instan, Penerapan SNI, *Brand Image*

Abstract

Currently a number of consumer food products in the market, such as instant noodles, are not required to meet Indonesian National Standards (SNI). This study analyses what drives instant noodle manufacturers to voluntarily apply SNI and the perceptions of instant noodle manufacturers in implementing the SNI using Decision Matrix Analysis (DMA) and Cost and Benefit Analysis. This study finds that key factors in a manufacturer's decision to voluntarily implement the SNI are whether it understands the SNI documentation and the capability of the supporting organizations such as product certification and supervision and oversight bodies. Using cost and benefit analysis this study finds that companies believe that they benefit from an improved "image" if they implement SNI. The biggest cost in voluntarily implementing the SNI is in establishing a certified testing laboratory. In order to support the implementation of the SNI, socialization and assistance to manufacturers should be conducted, incentives should be provided for the establishment of laboratory infrastructure, and the process to obtain an SNI certificate should be streamlined.

Keywords : Voluntary SNI, Instant Noodles, SNI Implementation, Brand Image.

JEL Classification: A1, D01, L51

PENDAHULUAN

Diberlakukannya berbagai kesepakatan antar negara tentang perdagangan bebas hambatan atau *Free Trade Agreement (FTA)* baik bilateral maupun multilateral dapat menimbulkan beberapa konsekuensi, positif maupun negatif. FTA yang secara bertahap mulai diberlakukan, menyepakati lebih dari 90% produk industri nasional tidak boleh dilindungi oleh tarif bea masuk (BM) lebih dari 5%. Langkah yang paling strategis dalam mengantisipasi kondisi tersebut adalah dengan mengoptimalkan pemanfaatan instrumen non tarif, yaitu penggunaan standar sebagai persyaratan dalam melakukan transaksi perdagangan. Standar merupakan spesifikasi teknis yang dibakukan yang berisi tata cara dan metode yang disusun berdasarkan kesepakatan semua pihak yang terkait dengan syarat-syarat keselamatan, keamanan, kesehatan, lingkungan hidup (K3L), perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta pengalaman, perkembangan masa kini dan masa yang akan datang untuk memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya. Namun, dalam kenyataannya di lapangan, penerapan SNI dapat berlaku sukarela atau wajib.

Standar yang berlaku secara nasional di Indonesia adalah Standar Nasional Indonesia - SNI (BSN, 2010). Penerapan SNI oleh pelaku usaha selain bermanfaat untuk menjaga daya saing produk lokal dari serbuan produk asing yang masuk ke Indonesia, juga bermanfaat untuk melindungi konsumen lokal dari produk asing yang tidak memenuhi standar. Pada prinsipnya, penerapan SNI oleh pelaku usaha bersifat sukarela, dan dilakukan dalam rangka mendapatkan pengakuan atas jaminan mutu dari produk yang dihasilkan.

Sertifikasi dalam penerapan SNI Sukarela lebih bersifat pengakuan bagi pelaku usaha bahwa produknya telah memenuhi spesifikasi atau ketentuan SNI. Oleh karena itu, sertifikasi tersebut tidak diatur dalam regulasi, namun lembaga sertifikasi produk yang menerbitkan SNI Sukarela, wajib melakukan pemantauan terhadap penggunaan sertifikat tanda SNI. Penerapan Sertifikasi Produk Penggunaan Tanda SNI (SPPT SNI) tercantum dalam Peraturan Pemerintah Nomor 102 Tahun 2000 tentang Standardisasi Nasional.

Pemberlakuan SNI Wajib dilakukan melalui penerbitan regulasi teknis oleh instansi pemerintah yang memiliki kewenangan untuk mengatur kegiatan dan peredaran produk. Peredaran produk yang tidak memenuhi ketentuan SNI Wajib menjadi terlarang, sehingga pemerintah dapat melindungi konsumen. Pemberlakuan SNI Wajib dilakukan secara berhati-hati untuk menghindari sejumlah dampak yang diakibatkannya.

Sampai dengan September tahun 2012 secara akumulatif BSN telah mengeluarkan 7.224 SNI, dimana sebanyak 90 SNI telah diberlakukan wajib oleh BSN. Hal tersebut masih sangat jauh dari target yang ditetapkan Kementerian Perindustrian yaitu sebanyak 400 SNI Wajib untuk tahun 2012 (Kementerian Perindustrian, 2012). Selain itu dari total SNI yang telah dikeluarkan sampai dengan tahun 2012, sekitar 30% (2.103 produk) menerapkan SNI Sukarela. Hal ini mengindikasikan bahwa motivasi pelaku usaha masih rendah dalam penerapan SNI secara sukarela.

Indonesia sebagai negara konsumen mie instan terbesar kedua setelah

Cina dengan total konsumsi 14,5 miliar bungkus per tahun (whatindonews.com, 2013), merupakan pasar yang potensial untuk produk tersebut pada masa kini dan mendatang. Namun demikian, potensi tersebut dapat menimbulkan masalah, mengingat produk mie instan belum diwajibkan menerapkan SNI. Adanya tanda SNI pada produk yang beredar di pasar memberikan kepastian bahwa produsen memproduksi produknya sesuai dengan SNI, standar tersebut meliputi pengujian, inspeksi, dan penerapan sistem mutu tertentu, dan yang telah mendapatkan pengesahan dari lembaga sertifikasi yang telah terakreditasi oleh Komite Akreditasi Nasional (KAN). Produk yang telah memperoleh lisensi SPPT SNI menunjukkan bahwa produk tersebut telah memenuhi ketentuan teknis, dan dinyatakan telah memenuhi standar atau regulasi teknis tertentu oleh pihak lain. Hal ini bermanfaat untuk mengangkat *brand image* perusahaan, baik perusahaan yang berskala besar maupun kecil.

TINJAUAN PUSTAKA

Sesuai dengan definisi standar yang diterbitkan oleh *International Organization for Standardization* (ISO) dan *International Electrotechnical Commission* (IEC) dua lembaga standar internasional terkemuka, SNI merupakan dokumen yang berisikan ketentuan teknis, pedoman dan karakteristik kegiatan dan produk, yang disusun dan disepakati oleh berbagai pihak pemangku kepentingan (BSN, 2005). SNI ditetapkan oleh BSN sebagai acuan yang berlaku secara nasional untuk

membentuk keteraturan yang optimum dalam konteks keperluan tertentu.

Standar Nasional Indonesia merupakan sarana komunikasi yang efektif antara produsen dan konsumen terhadap mutu suatu produk yang telah disepakati bersama. Penerapan SNI, memperlancar transaksi perdagangan, melindungi kepentingan konsumen, dan meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global (BSN, 2005).

Penerapan SNI dalam industri manufaktur merupakan tindakan untuk meningkatkan mutu, sekaligus meningkatkan efisiensi produk nasional, sekaligus merupakan salah satu alat pendorong terciptanya keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, kegiatan ini perlu disempurnakan melalui pedoman-pedoman, norma-norma yang dapat dimengerti dengan mudah dan disosialisasikan kepada para pelaku usaha (BSN, 2005).

Penerapan SNI pada dasarnya bersifat sukarela, yaitu atas dasar kebutuhan pelaku usaha dalam rangka mendapatkan pengakuan atas jaminan mutu. Secara umum, penerapan SNI di Indonesia masih relatif rendah, yaitu hanya sekitar 30% dari total 7224 SNI yang telah dikeluarkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa motivasi pelaku usaha masih rendah dalam penerapan SNI. Sedikitnya, jumlah SNI yang telah diterapkan dapat disebabkan antara lain oleh hal-hal sebagai berikut: (a) keterbatasan sarana pelaku usaha yang belum menunjang kegiatan penerapan SNI Sukarela; (b) keterbatasan biaya untuk menerapkan SNI Sukarela; (c) kurangnya pemahaman pelaku usaha terhadap penerapan SNI Sukarela; dan (d) rendahnya motivasi pelaku usaha

dalam penerapan SNI Sukarela (Djainul, 2012).

Pusat Sistem Penerapan Standar BSN melakukan evaluasi SNI Sukarela melalui pemantauan barang bertanda SNI yang telah beredar. Hasil evaluasi merupakan informasi penting bagi Pusat Perumusan Standar BSN, instansi teknis, lembaga sertifikasi produk dan KAN. Kegiatan akreditasi dan sertifikasi dalam penerapan SNI secara sukarela lebih bersifat pengakuan bagi pelaku usaha bahwa produknya telah memenuhi spesifikasi/ketentuan SNI. Meskipun bersifat sukarela, namun lembaga sertifikasi produk yang menerbitkan SNI Sukarela, mempunyai kewajiban untuk melakukan verifikasi teknis penggunaan sertifikat tanda SNI pada produk yang bersangkutan.

Dalam hal pemberlakuan SNI Wajib, regulasi teknis dilaksanakan oleh instansi pemerintah yang memiliki kewenangan meregulasi kegiatan dan peredaran produk di pasar. BSN bertanggung jawab dalam proses notifikasi pemberlakuan SNI Wajib itu ke WTO. KAN terlibat dalam mempersiapkan skema penilaian kesesuaian dan penandaan (*marking*) sebagai bagian dari pengawasan pra-pasar, dan menetapkan skema *Mutual Recognition Agreement* (MRA) yang dapat dikembangkan untuk memfasilitasi produsen di negara lain, dalam perjanjian *Agreement on Technical Barrier to Trade* (TBT). Namun demikian, dalam penerapan SNI Wajib, harus

memperhatikan hal-hal sebagai berikut (BSN, 2011):

1. Tidak menghambat perdagangan, mengacu atau tidak menduplikasi standar internasional;
2. Regulasi teknis tidak boleh menghambat perdagangan yang berlebihan, dan harus mengacu ke standar internasional. Jika berbeda dengan standar internasional perbedaan itu harus diumumkan (notifikasi) ke WTO;
3. Penilaian kesesuaian produk dalam negeri sama dengan produk luar negeri;
4. Peningkatan persepsi masyarakat terhadap standar dan penilaian kesesuaian.

Hal penting dalam penerapan SNI Wajib yang harus diperhatikan dan dipertimbangkan adalah kesiapan dari produsen dan keberadaan lembaga penilai kesesuaian. Hal ini karena kedua *stakeholders* tersebut merupakan pelaku utama di lapangan dalam mendukung keberhasilan penerapan SNI Wajib.

Berdasarkan hasil inventarisasi terhadap produsen mie instan, terdapat delapan perusahaan yang telah memiliki merek yang cukup dikenal di pasaran, seperti yang terlihat dalam Tabel 1. Dalam Tabel 1 terlihat bahwa dari delapan perusahaan baru dua perusahaan yang sudah memperoleh SPPT SNI 01-3551-2000, yaitu mie instan dengan merek dagang "Indomie" dan "Alhami".

Tabel 1. Produsen dan Merek Mie Instan

No.	Merk Produk	Perusahaan	SNI
1	Indomie	PT. Indofood Sukses Makmur	01-3551-2000
2	Mie ABC	PT ABC President	-
3	Mie Sedap	PT. Karunia Alam Segar (WINGS FOOD)	-
4	Salam Mie	PT Sentrafood Indonusa	-
5	Gaga Mie	Sky Food Industry	-
6	Sarimi	PT Sarimi Asli Jaya	-
7	Supermi	PT. Indofood Sukses Makmur	-
8	Alhami	PT. Olagafood Industri	01-3551-2000

Sumber: Indonetnetwork dan Kementerian Perindustrian (2012), diolah

Berdasarkan hasil pengamatan dan survei di daerah Surabaya dan Medan, diketahui bahwa produsen mie instan yang telah menerapkan SNI pada produknya merupakan perusahaan-perusahaan berskala besar yang memiliki kapasitas produksi lebih dari 500.000.000 bungkus per tahun. Produsen mie instan tersebut tidak hanya memasarkan produknya di pasar dalam negeri, akan tetapi juga mengekspornya. Produsen mie instan yang belum memiliki SNI tidak hanya terdiri dari perusahaan kecil dan menengah, tetapi juga perusahaan yang memiliki skala industri besar, seperti “mie ABC” dan “mie Sedap”. Meskipun belum memiliki SNI, perusahaan-perusahaan tersebut telah memiliki standar yang ditetapkan oleh negara tujuan ekspor seperti Hongkong dan Taiwan.

Djainul (2012) menyatakan bahwa faktor-faktor seperti keterbatasan sarana, biaya, kurangnya pemahaman serta rendahnya motivasi pelaku usaha mempengaruhi pelaku usaha dalam menerapkan SNI. Selain itu, kondisi industri seperti tingkat persaingan dan perilaku konsumen juga mempengaruhi perilaku perusahaan (Shepherd, 1999).

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Metode deskriptif kualitatif dipakai untuk memperoleh gambaran langsung pelaku usaha dalam mengambil keputusan melaksanakan dan tidaknya, atau bahkan menunda penerapan SNI Sukarela. Metode deskriptif kuantitatif didasarkan pada penggunaan model *Decision Matrix Analysis* (DMA). Sementara itu, analisis deskriptif kualitatif juga diperlukan dalam upaya mengkaji faktor lain yang menentukan kebijakan perusahaan (mie instan) dalam kemasan terkait dengan SNI Sukarela.

***Decision Matrix Analysis* (DMA)**

Decision Matrix Analysis (DMA) atau juga disebut *Grid Analysis* merupakan teknik kuantitatif yang dipakai dalam proses pengambilan keputusan dimana keputusan tersebut (yang berupa opsi/pilihan) harus diambil berdasarkan beberapa pertimbangan/faktor yang menentukan (ASQ, 2012). Faktor-

faktor tersebut dengan nilai tertentu akan menentukan apakah pengambil keputusan (perusahaan) harus mengambil suatu pilihan kebijakan. Dalam menentukan faktor yang paling

mempengaruhi, bobot dari masing-masing faktor yang mempengaruhi pilihan dijumlahkan untuk kemudian dilihat dan diurutkan berdasarkan yang memiliki nilai total terbesar.

Tabel 2. Decision Matrix Analysis

		Faktor Yang Mempengaruhi					Total
		X1	X2	X3	X4	X5	
Weights (penimbang)							
Pilihan	Menerapkan SNI						
	Tidak Menerapkan SNI						
	Menunda Penerapan						

Sumber : ASQ (2012), diolah

Dengan mengacu kepada Shepherd (1999) dan Djainul (2012), faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan untuk menerapkan/tidak menerapkan/ menunda menerapkan standar SNI Sukarela sebagai berikut:

- X1 = Pemahaman Materi Kebijakan SNI sukarela
- X2 = Sarana/Peralatan Produksi
- X3 = Lembaga Penunjang (Lembaga Sertifikasi Produk, Supervisi/ Pengawas)
- X4 = Kondisi pesaing
- X5 = Kondisi pasar/konsumen

Pada Tabel 2 terlihat bahwa, sisi baris berisi pilihan yang diambil oleh perusahaan mie instan apakah mengambil keputusan untuk menerapkan SNI Sukarela, tidak menerapkan SNI Sukarela atau bahkan menunda dengan alasan tertentu. Sementara itu, sisi baris berisi faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam mengambil keputusan yang berupa X1, X2, X3, X4 dan X5.

Faktor X1 – **Pemahaman materi SNI Sukarela** terkait dengan arti penting, proses dan prosedur dan persyaratan teknis SNI. Semakin paham sebuah perusahaan terhadap SNI dan arti penting SNI maka perusahaan tersebut mempunyai kecenderungan untuk menerapkan SNI.

Faktor X2 – **Sarana/Peralatan produksi**. Faktor ini menjelaskan bahwa adanya sarana yang lengkap akan memudahkan perusahaan untuk memenuhi persyaratan dalam menerapkan SNI. Faktor ini bisa juga dipakai sebagai indikasi/pendekatan terhadap ukuran besar kecilnya perusahaan (baik dari sisi modal, omset ataulainnya). Semakin besar perusahaan maka sarana/peralatan produksi yang menunjang untuk diterapkannya SNI semakin besar.

Faktor X3 – **Lembaga penunjang (sertifikasi produk, supervisi/ pengawas)**. Faktor ini mempengaruhi keputusan perusahaan dalam mengambil keputusan terkait SNI Sukarela. Adanya

lembaga penunjang yang profesional dan independen yang memberikan manfaat dan pelayanan profesional bagi perusahaan akan mendorong perusahaan untuk menerapkan SNI.

Faktor X4 – **Kondisi persaingan.** Hal ini terkait dengan struktur pasar yang ada dalam industri tersebut, terutama bila struktur pasar yang ada tidak merupakan pasar persaingan sempurna. Keputusan suatu perusahaan dalam menerapkan SNI bisa mempengaruhi perusahaan lain dalam menerapkan SNI atau juga tidak menerapkan SNI.

Faktor X5 – **Kondisi pasar/konsumen.** Sebagai pemakai produk yang dihasilkan perusahaan, konsumen mempengaruhi perusahaan untuk menerapkan atau tidaknya SNI Sukarela, baik konsumen yang peduli pada produk yang berlabel SNI maupun tidak. Langkah-langkah dalam menerapkan DMA sebagai berikut:

1. Mengisi baris dengan berbagai pilihan yang ada (menerapkan/tidak menerapkan/menunda SNI Sukarela)
2. Mengisi kolom dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam mengambil keputusan terkait dengan SNI Sukarela
3. Mengisi kolom isian dengan nilai skala tertentu, mulai dari 1 (tidak berpengaruh) sampai 5 (sangat berpengaruh).
4. Menggunakan angka penimbang (*weights*) dari 1 sampai 5 yang

menunjukkan tingkat kepentingan (secara relatif), dengan berdasarkan nilai skala, mulai dari 1 (tidak penting) sampai 5 (sangat penting) antara satu faktor dengan faktor yang lainnya.

5. Mengalikan nilai masing-masing faktor yang diperoleh dari penilaian responden dengan skala mulai dari 1 (tidak berpengaruh) sampai 5 (sangat berpengaruh) dengan angka penimbang.
6. Menjumlahkan semua nilai yang ada dalam satu baris, untuk menentukan keputusan yang diambil.

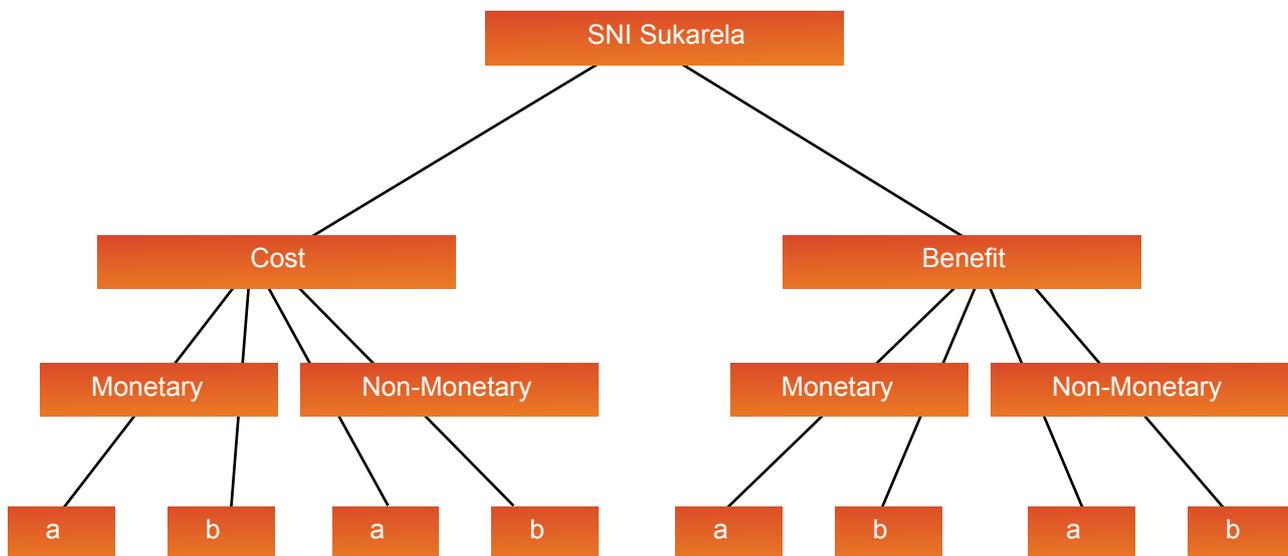
Cost and Benefit: Value Tree Objective

Teknik ini merupakan bagian dari DMA untuk mengetahui perspektif perusahaan dalam melihat SNI Sukarela. Analisis *cost and benefit* dilakukan untuk mencermati apakah SNI Sukarela dilihat sebagai biaya (*cost*) atau keuntungan (*benefit*) (Tabel 3). Suatu kebijakan bisa dilihat dari berbagai perspektif oleh pengambil keputusan, yang terkait dengan tujuan (*objective*) dari perusahaan yang bersangkutan. Pada tingkatan hirarki (keputusan) yang paling tinggi, seringkali terjadi *trade-off* antara berbagai kepentingan/penilaian. Penilaian yang paling atas (*top hierarchy*) adalah nilai keseluruhan dari faktor pembentuk dibawahnya (*Department for Communities and Local Government, 2009*).

Tabel 3. Perspektif Cost and Benefit terhadap SNI Sukarela

			Nilai (1 – 5)
Benefit	<i>Monetary benefit</i>	a. Keuntungan perusahaan b. Omset	
	<i>Non-Monetary benefit</i>	a. <i>Image</i> b. <i>Entry barriers</i> /mengurangi persaingan	
Cost	<i>Monetary Cost</i>	a. Biaya (e.g. sertifikasi) b. Peralatan/Lab/Prasarana/SDM	
	<i>Non-Monetary Cost</i>	a. Manajemen b. <i>Time consuming</i> /waktu yang lama	

Sumber : Department for Communities and Local Government (2009), diolah
 Catatan: Nilai 1 – tidak berpengaruh, dan 5 – sangat berpengaruh.



Gambar 1. Value Tree Objectives dari SNI Sukarela

Sumber : Department for Communities and Local Government (2009), diolah

Data

Untuk memperoleh data primer, penelitian lapangan dilakukan di dua daerah lokasi pabrik produsen mie instan dengan skala besar, yaitu Surabaya dan Medan. Penelitian survei dilakukan terhadap empat perusahaan di Surabaya (Produsen Indomie, Mie ABC, Mie Sedap dan Sarimi) dan dua perusahaan di Medan (Salam Mi dan Alhami). Sampel perusahaan yang disurvei dianggap

sudah representatif, karena memang di Medan dan Surabaya, sebagaimana hasil inventarisasi dan validasi yang diadakan sebelum survei dilaksanakan, hanya terdapat perusahaan tersebut.

Selain itu, untuk mendukung analisis digunakan data sekunder, yang dikumpulkan melalui studi pustaka dan terbitan-terbitan periodik terkait dengan penerapan SNI Sukarela, maupun terkait dengan industri mie instan di

Indonesia. Data sekunder, diantaranya, diperoleh dari instansi terkait yaitu dari BSN; Pusat Standardisasi, Kementerian Perindustrian; Direktorat Standardisasi, Kementerian Perdagangan; BPS, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, studi pustaka, hasil kajian terkait SNI dan lain sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survei di daerah Surabaya dan Medan, diperoleh gambaran mengenai pertimbangan para pelaku usaha dalam menerapkan SNI untuk produk mie instan. Dengan

menggunakan DMA dan *analisis cost and benefit* diperoleh hasil sebagai berikut.

Kasus Surabaya

Di Surabaya, survei dilakukan terhadap empat perusahaan mie instan. Dari empat perusahaan, hanya satu perusahaan yang telah menerapkan SNI terhadap produknya, sedangkan sisanya tidak menerapkan (dua perusahaan) dan menunda penerapan (satu perusahaan), sampai munculnya kebijakan teknis yang mewajibkan SNI untuk produk yang bersangkutan

Tabel 4. Hasil Analisa Faktor Penentu Penerapan SNI Sukarela DMA di Surabaya

Nama Perusahaan	Pilihan	X1	X2	X3	X4	X5	TOTAL	Nilai Total Rata-rata	Persentase (%)
PT.A	Menerapkan	24.3	24.3	24.3	21.4	23.4	117.8	117.8	39.9
PT.B	Tidak		16.5	16.5	17.5	12.7	14.6	77.9	91.0
PT.C	Menerapkan		23.4	21.4	21.4	21.4	16.5	104.1	30.8
PT.D	Menunda	20.4	18.5	19.5	14.6	13.6	86.6	86.6	29.3
T		84.7	80.8	82.7	70.1	68.1		295.41	100

Sumber: Hasil Survei (2012), diolah

Nilai total rata-rata diperoleh dari nilai total pilihan dibagi dengan jumlah perusahaan yang memutuskan baik untuk menerapkan, tidak menerapkan maupun menunda keputusan. Berdasarkan data yang tercantum pada Tabel 4, terlihat bahwa pertimbangan penerapan SNI di Surabaya sangat dipengaruhi oleh faktor X1 (pemahaman materi SNI) yaitu dengan nilai total 84,7 yang menunjukkan bahwa semakin paham sebuah perusahaan terhadap SNI dan arti pentingnya SNI maka perusahaan

tersebut mempunyai kecenderungan untuk menerapkan SNI. Kecenderungan penerapan SNI masih bersifat sukarela, belum "wajib", sehingga masih menunda, walaupun sudah menerapkan ISO. Disamping itu, keengganan perusahaan menerapkan SNI disebabkan juga oleh sulitnya pengusulan SNI (birokrasi yang rumit). Kurangnya pemahaman terhadap SNI terlihat pada hasil pengujian BSN, bahwa sebanyak 57% produk yang beredar tidak menggunakan tanda SNI, 26% produk menggunakan tanda SNI

tetapi tidak mencantumkan tanda nomor SNI maupun Lembaga Sertifikasi Produk (LSPro), 4% yang mencantumkan tanda SNI secara lengkap (BSN, 2011). Hal tersebut menunjukkan kurang pemahamnya pelaku usaha terhadap materi SNI dan mekanisme untuk mendapatkannya.

PT. B memiliki anggapan bahwa faktor X3 merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam pertimbangan penerapan SNI. Ketersediaan dan kualitas Lembaga penunjang (sertifikasi produk, supervisi/pengawas) ternyata mempermudah perusahaan menerapkan SNI Sukarela. Sedangkan hasil survei terhadap PT. A, C dan D menunjukkan bahwa semakin paham sebuah perusahaan terhadap SNI dan arti penting SNI maka perusahaan tersebut semakin mempunyai kecenderungan untuk menerapkan SNI. PT. C belum memahami arti penting penerapan SNI untuk kepentingan konsumen maupun produsen. Sementara PT. D memutuskan untuk menunda penerapan SNI, karena masih merasa sulit untuk menjangkau biaya Lembaga penunjang (sertifikasi produk, supervisi/pengawas), meskipun telah memiliki anggapan bahwa pemahaman perusahaan menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam penerapan SNI.

Selain itu, faktor lain yang juga dianggap paling mempengaruhi perusahaan dalam menerapkan SNI terhadap produknya adalah faktor X3 (keberadaan lembaga penunjang sertifikasi produk) dengan nilai total 82,7. Ini berarti bahwa ketersediaan lembaga penunjang yang profesional dan independen yang memberikan manfaat bagi perusahaan akan mendorong perusahaan untuk menerapkan SNI.

Ketersediaan lembaga penunjang meliputi antara lain balai riset dan standardisasi untuk sertifikasi, laboratorium pengujian di daerah terutama di pusat/sentra industri produk bersangkutan. Lembaga ini bukanlah merupakan faktor penghalang atau penghambat tetapi merupakan faktor penunjang penerapan SNI, sekaligus keberlangsungan perusahaan.

Faktor yang kurang menjadi pertimbangan dalam penerapan SNI untuk produk yang dijual di pasar adalah, faktor X2 (sarana/peralatan produksi) dengan nilai total sebesar 80,8. Faktor ini menjelaskan bahwa adanya sarana yang lengkap akan memudahkan perusahaan untuk memenuhi persyaratan dalam menerapkan SNI. Sedangkan faktor-faktor yang paling sedikit pengaruhnya terhadap perusahaan untuk menerapkan SNI adalah faktor X4 (kondisi pesaing) dengan nilai total sebesar 70,1. Faktor ini tidak begitu mempengaruhi perusahaan dalam menentukan keputusan penerapan SNI. Struktur pasar yang ada bukan merupakan pasar persaingan sempurna. Keputusan suatu perusahaan untuk menerapkan SNI tidak mempengaruhi perusahaan lain untuk berbuat yang sama. Selain itu, faktor X5 (Kondisi pasar/konsumen) dengan nilai 68,1 juga merupakan faktor yang dianggap kurang begitu mempengaruhi keputusan perusahaan dalam menerapkan SNI. Anggapan bahwa konsumen mempunyai peran dalam mempengaruhi perusahaan dalam penerapan SNI Sukarela (baik konsumen yang peduli pada produk yang berlabel SNI maupun yang tidak), ternyata tidak terbukti.

PT. A sebagai perusahaan yang memutuskan untuk menerapkan SNI

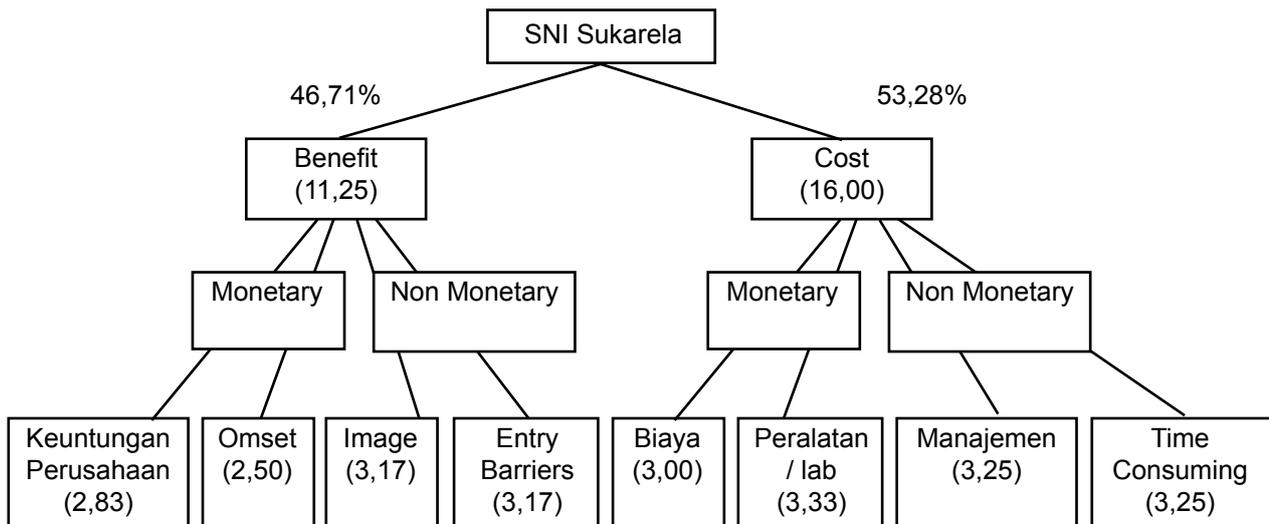
Sukarela memiliki nilai total rata-rata sebesar 117,8. Perusahaan menganggap bahwa faktor X1, X2, dan X3 merupakan faktor yang sangat menentukan perusahaan dalam menerapkan SNI Sukarela untuk produknya, dengan skor tertinggi sebesar 24,3 untuk X1, X2 dan X3. PT. B dan PT. C sebagai perusahaan yang memutuskan tidak menerapkan SNI Sukarela memiliki nilai total rata-rata sebesar 91,0, PT. B menganggap bahwa faktor X3 merupakan faktor yang sangat menentukan perusahaan dalam menerapkan SNI Sukarela, dengan skor tertinggi sebesar 17,5 untuk X3. Sedangkan PT. C menganggap bahwa faktor X1 merupakan faktor yang sangat menentukan perusahaan dalam menerapkan SNI Sukarela untuk produknya, dengan memberi skor tertinggi sebesar 23,4 untuk X1. PT. D dengan nilai total rata-rata 86,6 sebagai perusahaan yang menunda menerapkan SNI Sukarela untuk produknya beranggapan bahwa faktor X1 merupakan faktor yang sangat menentukan perusahaan dalam menerapkan SNI Sukarela terhadap produknya, dengan memberi skor tertinggi sebesar 20,4 untuk X1.

Ada tiga pilihan dalam penerapan SNI Sukarela yaitu menerapkan, tidak menerapkan atau menundanya. Kecenderungan yang ada menunjukkan bahwa perusahaan lebih condong pada penerapan SNI untuk produk yang dihasilkannya. Hal tersebut terlihat pada tingginya persentase yang mencapai

57%. Persentase untuk perusahaan yang memilih tidak menerapkan SNI mencapai sebesar 22% dan perusahaan yang menundanya mencapai sebesar 21%.

Kecenderungan tersebut menunjukkan adanya optimisme bahwa SNI bisa diterima dan diterapkan. Kondisi ini bisa memberikan dorongan bagi pemerintah untuk terus mensosialisasikan arti penting SNI, tidak hanya bagi perusahaan-perusahaan yang ada tetapi juga bagi masyarakat pada umumnya. Keberhasilan sosialisasi dan penerapan SNI Sukarela bisa membantu pemerintah untuk mewajibkan penerapan SNI pada tahapan berikutnya.

Terkait dengan kecenderungan penerapan SNI sukarela oleh perusahaan, Gambar 2 memberikan gambaran hasil *cost and benefit perception analysis* yang didasarkan pada persepsi perusahaan. Dari satu sisi, penerapan SNI bagi perusahaan bisa memberikan dampak positif baik berupa keuntungan (nilai finansial), omset, penciptaan *image* yang baik, tetapi dari sisi lain bisa berfungsi sebagai penghalang (*entry barriers*). Penciptaan *image* merupakan persepsi yang paling dominan dari perusahaan yang melihat SNI sebagai sesuatu yang menguntungkan yang ditunjukkan dengan nilai sebesar 3,17. Ini berarti, makin baik *image* perusahaan di pasar jika produk yang dihasilkan telah ber-SNI.



Gambar 2. Value Tree Objective Cost and Benefit Persepsi Pengusaha Mie Instan, Surabaya

Sumber: Hasil Survei (2012), diolah

Selain itu, persepsi yang muncul adalah bahwa penerapan SNI bisa mendatangkan keuntungan tersendiri bagi perusahaan; dengan nilai sebesar 2,83. Ini menunjukkan bahwa bila *image* suatu produk perusahaan sudah baik, di pasar maka keuntungan perusahaan dari penjualan produk akan makin meningkat pula.

Lebih lanjut, perusahaan juga beranggapan bahwa SNI dapat juga berfungsi sebagai *entry barriers* bagi perusahaan pesaing yang ditunjukkan dengan nilai sebesar 2,75. Dengan menerapkan SNI, maka perusahaan yang bersangkutan bisa melindungi diri dari persaingan dengan perusahaan lain yang memiliki mutu yang relatif lebih rendah (meski dengan harga yang lebih murah).

Sementara itu, dari sisi persepsi biaya (*cost perception*), perusahaan beranggapan bahwa pengurusan sertifikasi membutuhkan manajemen khusus untuk menangani teknis SNI dan

menjadi beban tersendiri, dengan nilai sebesar 3,25. Selain itu proses pengajuan SNI dianggap memakan waktu yang cukup lama. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sebesar 3,25. Pengeluaran biaya untuk pembelian alat laboratorium juga menjadi beban (secara persepsi) yang paling dominan (dengan nilai 3,33). Persepsi terkait biaya ini menjadi alasan utama untuk tidak menerapkan ataupun menunda penerapan SNI.

Secara komparatif terlihat bahwa masih banyak perusahaan yang melihat SNI sebagai biaya/beban. Dengan perbandingan nilai sebesar 16, atau secara persentase jumlah sekitar 53,28%. Ini berarti bahwa penerapan SNI merupakan biaya tambahan bagi perusahaan. Sementara itu, ada pula perusahaan yang lebih melihat SNI sebagai sesuatu yang positif dan memberikan keuntungan (benefit) bagi perusahaan, dengan nilai sebesar 11,25 (atau sekitar 46,71%).

Kasus Medan

Untuk daerah Medan, survei dilakukan terhadap 2 (dua) perusahaan mie instan. Dari dua perusahaan, hanya satu perusahaan yang menerapkan SNI.

Tabel 5. Hasil Analisa Faktor Penentu Penerapan SNI Sukarela (*Decision Matrix Analysis -DMA*) Medan

Nama Perusahaan	Pilihan	X1	X2	X3	X4	X5	TOTAL	Nilai Total Rata-rata	Persentase (%)
PT.A	Menerapkan	22.5	21.7	22.5	20.8	20.8	108.3	108.3	62.5
PT.B	Tidak	13.5	13.0	13.5	12.5	12.5	65.0	65.0	37.5
	Menerapkan								
TOTAL		84.7	80.8	82.7	70.1	68.1		173.30	100

Sumber: Hasil Survei (2012), diolah

Tabel 5 menjelaskan bahwa pertimbangan penerapan SNI di Medan sangat dipengaruhi oleh faktor X1 (pemahaman materi SNI) yaitu dengan nilai total 22,5 dimana, semakin paham sebuah perusahaan terhadap SNI dan arti penting SNI maka perusahaan tersebut mempunyai kecenderungan untuk menerapkan SNI. Selain itu, faktor lain yang juga dianggap paling mempengaruhi pertimbangan perusahaan dalam menerapkan SNI terhadap produknya, dengan nilai yang sama adalah faktor X3 (keberadaan lembaga penunjang sertifikasi produk). Adanya lembaga penunjang yang profesional dan independen yang memberikan manfaat bagi perusahaan akan mendorong perusahaan untuk menerapkan SNI. Dalam hal ini perusahaan melihat bahwa penerapan SNI bukan sebagai faktor penghalang tapi sebagai faktor penunjang keberlangsungan perusahaan.

Sedangkan faktor yang kurang mempengaruhi atau tidak menjadi

pertimbangan utama bagi suatu perusahaan dalam penerapan SNI untuk produknya adalah faktor X2 (sarana/peralatan produksi) dengan nilai total sebesar 21,7. Faktor ini menjelaskan bahwa adanya sarana yang lengkap dan berstandar ISO akan memudahkan perusahaan untuk memenuhi persyaratan untuk menerapkan SNI, dimana dari peralatan produksi yang berstandar akan menghasilkan produk yang juga memiliki kualitas baik.

Sedangkan faktor-faktor yang paling sedikit pengaruhnya bagi perusahaan dalam penerapan SNI adalah faktor X4 (kondisi pesaing) dengan nilai total sebesar 20,8. Dengan nilai total sebesar ini, pesaing dianggap kurang mempengaruhi perusahaan dalam menentukan keputusan penerapan SNI. Dengan kata lain, keputusan penerapan SNI oleh suatu perusahaan tidak mempengaruhi perusahaan lain untuk melakukan hal yang sama. Selain itu, faktor X5 (kondisi pasar/konsumen) dengan nilai 20,8 juga merupakan faktor

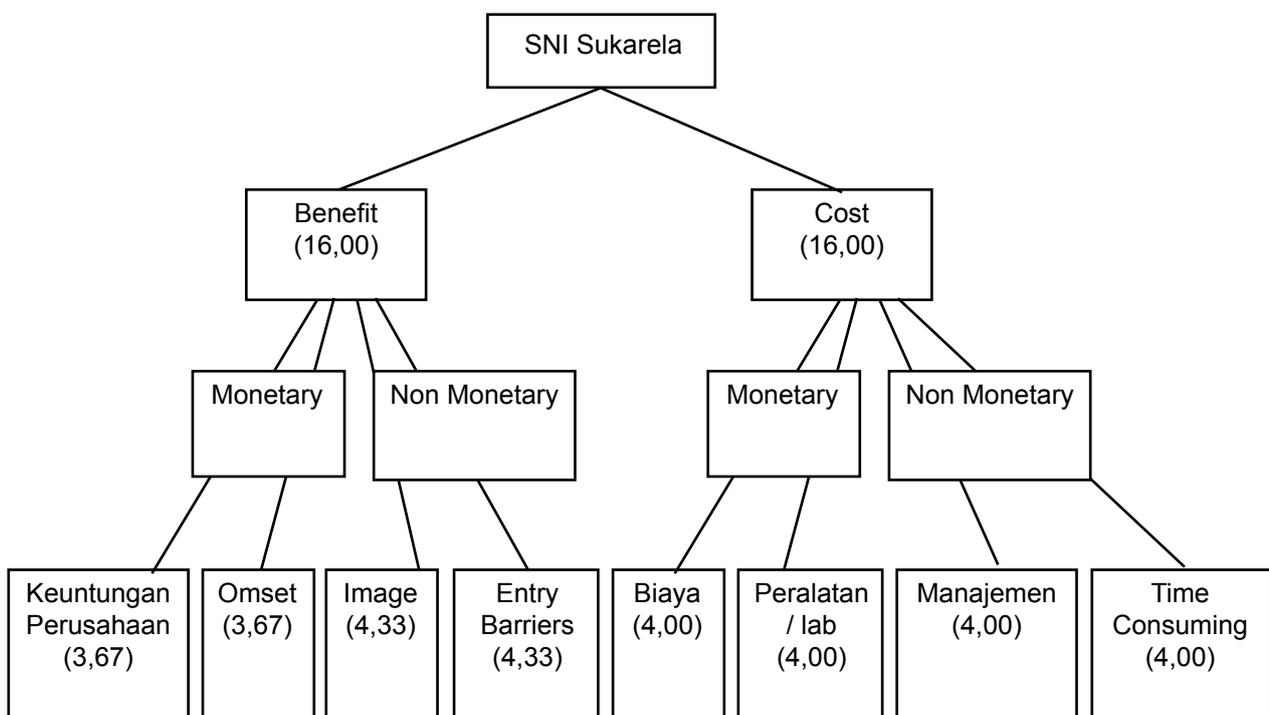
yang dianggap paling sedikit pengaruhnya bagi perusahaan dalam menerapkan SNI. Dalam hal ini, pertimbangan konsumen sangat sedikit mempunyai peran dalam mempengaruhi perusahaan untuk menerapkan SNI, meskipun konsumen mulai peduli pada produk yang berlabel SNI.

Berdasarkan Tabel 5 terlihat bahwa, perusahaan lebih cenderung menerapkan SNI untuk produk yang dihasilkannya, dengan persentase sebesar 62,5%. Sedangkan perusahaan yang memilih tidak menerapkan SNI memiliki persentase lebih kecil, yakni sebesar 37,5%.

PT. A sebagai perusahaan yang memutuskan untuk menerapkan SNI Sukarela dengan nilai total rata-rata sebesar 108,3, menganggap bahwa faktor X1 dan X3 merupakan faktor yang sangat menentukan perusahaan

secara sukarela menerapkan SNI untuk produknya, dengan skor tertinggi sebesar 22,5 untuk X1 dan X3. PT. B sebagai perusahaan yang memutuskan untuk tidak menerapkan SNI Sukarela memiliki nilai total rata-rata sebesar 65,0, PT. B menganggap bahwa faktor X1 dan X3 merupakan faktor yang sangat menentukan perusahaan dalam menerapkan SNI untuk produknya dengan sukarela, dengan skor tertinggi masing-masing sebesar 13,5 untuk X1 dan X3.

Lebih lanjut, Gambar 3 di bawah menunjukkan hasil *cost and benefit perception analysis*. Secara umum perusahaan melihat bahwa SNI bernilai positif (memberikan *benefit*). Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai 4,33. Dengan menerapkan SNI, *image* yang baik untuk produk yang dikeluarkannya tercipta, dan ini memberikan keuntungan bagi perusahaan.



Gambar 3. Value Tree Objective Cost and Benefit Persepsi Pengusaha, Medan

Sumber: Hasil Survei (2012), diolah

Selain itu, perusahaan juga beranggapan bahwa SNI dapat juga merupakan *entry barriers* bagi pesaing. Anggapan seperti ini sama kuatnya dengan anggapan tentang manfaat positif *image* baik dari suatu produk. Perusahaan pesaing yang belum menerapkan SNI (dengan mutu produk yang lebih rendah, meski dengan harga yang lebih murah) akan mengalami kesulitan untuk bersaing dengan perusahaan yang telah menerapkan SNI. Perusahaan juga beranggapan bahwa SNI bisa mendorong meningkatnya omset perusahaan.

Pertimbangan perusahaan untuk tidak menerapkan SNI pada produknya lebih disebabkan oleh adanya anggapan bahwa penerapan SNI merupakan tambahan biaya SNI yang dilihat sebagai biaya ekstra terkait langsung dengan biaya pembuatan sarana dan prasarana laboratorium uji (yang terakreditasi oleh KAN). Biaya yang dibutuhkan untuk membuat laboratorium bisa mencapai Rp 50.000.000,-. Belum lagi manajemen yang dibutuhkan untuk mengelola standar mulai dari proses produksi sampai dengan barang jadi. Selain itu, waktu untuk sertifikasi laboratorium juga memakan waktu lama, sehingga persepsi biaya tersebut muncul dan turut membebani perusahaan.

Secara komparatif, antara SNI dilihat sebagai keuntungan dan sebagai biaya menunjukkan nilai yang sama, yaitu sebesar 16,00. Jumlah perusahaan yang menganggap SNI sebagai keuntungan sama dengan jumlah perusahaan yang melihat SNI sebagai biaya (masing-masing sebesar 50%).

Berdasarkan analisa di kedua daerah survei, ditemukan ada kesamaan

faktor yang menjadikan pertimbangan utama perusahaan dalam menerapkan SNI, yaitu faktor (X1) pemahaman pelaku usaha akan materi SNI Sukarela dan faktor (X3) lembaga penunjang (lembaga sertifikasi produk, supervisi/pengawas mutu). Kedua faktor tersebut secara bersama menjadi penentu utama bagi perusahaan di dua daerah dalam menerapkan SNI Sukarela pada produk mie instan.

Berdasarkan *analisis cost and benefit perception*, terciptanya *image* merupakan persepsi yang paling dominan yang dilihat oleh perusahaan yang menerapkan SNI Sukarela. *Image* dianggap sebagai benefit utama bagi perusahaan dalam menerapkan SNI Sukarela pada produk mie instan. Sedangkan dari sisi biaya (*cost*), biaya pembuatan dan peralatan instalasi laboratorium pengujian mutu yang tersertifikasi menjadi beban yang menyebabkan perusahaan tidak menerapkan SNI Sukarela. Dalam kenyataannya, proses pengurusan SNI membutuhkan waktu cukup lama (*Investor Daily*, 2010) mulai dari permohonan sampai dengan pemberian SPPT SNI. Hal ini tentu saja harus diperhatikan oleh pemerintah dalam upaya mendorong perusahaan untuk menerapkan SNI Sukarela, dengan mengurangi beban biaya (baik dalam arti finansial, maupun beban lainnya), sehingga yang tercipta adalah SNI dengan persepsi dan dampak yang positif.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Terdapat dua faktor utama yang menjadikan pertimbangan perusahaan dalam menerapkan SNI, yaitu faktor (X1) pemahaman pelaku usaha akan materi

SNI Sukarela dan faktor (X3) lembaga penunjang (lembaga sertifikasi produk, supervisi/pengawas mutu). Hasil analisis dengan model *Decision Matrix Analysis* (DMA) dan analisa *cost and benefit* atas persepsi perusahaan menunjukkan bahwa “*image*” menjadi pertimbangan yang dianggap sebagai *benefit* utama bagi perusahaan dalam menerapkan SNI pada produk mie instan. Sedangkan pertimbangan yang dianggap sebagai *cost* terbesar dalam penerapan SNI Sukarela adalah biaya pembuatan dan peralatan instalasi laboratorium pengujian mutu yang tersertifikasi.

Dalam rangka mendukung penerapan SNI untuk produk mie instan, faktor pemahaman pelaku usaha terhadap materi SNI dan faktor lembaga penunjang menjadi faktor yang paling dipertimbangkan pelaku usaha untuk memutuskan penerapan

SNI pada produknya secara sukarela. Berdasarkan hal tersebut diperlukan langkah-langkah sosialisasi dan edukasi serta pendampingan terhadap pelaku usaha. Selain itu, sosialisasi dan edukasi terhadap konsumen juga diperlukan agar konsumen memahami bahwa SNI merupakan jaminan mutu suatu produk yang layak dan aman untuk dikonsumsi.

Lebih lanjut, perlu adanya dukungan atau insentif dari pemerintah dalam bentuk sarana dan prasarana Laboratorium Uji dan Sumber Daya Manusia di bidang standarisasi yang terakreditasi secara nasional dan internasional. Terkait dengan efisiensi, dibutuhkan kebijakan pemangkasan waktu proses pengurusan SNI agar pelaku usaha dapat cepat mendapatkan SPPT SNI, sehingga produk yang diproduksi dapat menggunakan logo SNI.

DAFTAR PUSTAKA

- American Society for Quality (ASQ). (2012, January 22). Decision Matrix. Diunduh tanggal 29 April 2012 dari <http://asq.org/learn-about-quality/decision-making-tools/overview/decision-matrix.html>
- Badan Standardisasi Nasional (BSN). (2011, Juni 2). Berita : Setting the Standard in Indonesia ISO SNI WTO. Diunduh tanggal 20 Mei 2012 dari http://www.bsn.go.id/news_detail.php?news_id=3064
- Badan Standardisasi Nasional (BSN). (2011), April 25). Berita: Arti dan Peran Penting SNI. Diunduh tanggal 18 Mei 2012 dari http://www.bsn.go.id/news_detail.php?news_id=2051
- Badan Standardisasi Nasional (BSN). (2011). Buku Pengantar Standardisasi, Edisi Pertama. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional.
- Badan Standardisasi Nasional (BSN). (2011). Standar Nasional Indonesia Penguat Daya Saing Bangsa. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional.
- Badan Standardisasi Nasional (BSN). (2010, Februari 3). Berita : SNI bagian terpenting dari daya saing produk nasional. Diunduh tanggal 20 Mei 2012 dari http://www.bsn.go.id/news_detail.php?news_id=2051
- Badan Standardisasi Nasional (BSN). (2010). Renstra BSN, tahun 2010-2014. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional.
- Badan Standardisasi Nasional (BSN). (2008). Kajian Awal Dampak Ekonomis Penerapan SNI Pada Produk Prioritas Terhadap Ekonomi Nasional. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional.

- Badan Standardisasi Nasional (BSN). (2005). Pedoman Standardisasi Nasional, PSN 01-2005, Pengembangan Standar Nasional Indonesia (SNI). Jakarta: Badan Standardisasi Nasional.
- Badan Standardisasi Nasional (BSN). (2005). Rencana Strategis Badan Standardisasi Nasional 2005 – 2009. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional.
- Department for Communities and Local Government. (2009). *Multi-Criteria Analysis: A Manual*. London, UK: Department for Communities and Local Government.
- Djainul Arifin. (2012). Faktor Yang Mempengaruhi Pelaku Usaha Dalam Menerapkan SNI. Mimeo.
- Indonetwork. (2012, Maret 8). Alamat Produsen Mie Instan. Diunduh tanggal 19 Maret 2012 dari: <http://indonetwork.co.id/companies/perusahaan-mi-instan.html>
- Investor Daily. (2010). Pemerintah Fasilitas SNI Untuk KUKM. Diunduh tanggal 24 Maret 2012 dari <http://kopma.lk.ipb.ac.id/2010/06/23/pemerintah-fasilitas-sni-untuk-kukm/>.
- IPOTNEWS. (2011, September 2). SNI Wajib Diprioritaskan Untuk Industri Utama. Diunduh tanggal 28 Mei 2012 dari <http://www.ipotnews.com/index.php?level2=newsandopinion&level3=&level4=othersmiscindustry&id=433547>
- Kementerian Perindustrian. (2012, November 20). Laporan Perkembangan Kemajuan Program Kerja Kementerian Perindustrian 2004 - 2012. Jakarta: Kementerian Perindustrian.
- Media Industri Kementerian Perindustrian No.4. (2011). Memperkokoh *Industry Led Growth*. Jakarta: Kementerian Perindustrian.
- Shepherd, William G. (1999). *The Economics of Industrial Organization*. 4th Edition. San Fransisco: Waveland Press.
- Suara Merdeka.com. (2011, Mei 8). UMKM ber SNI Sangat Minim. Diunduh tanggal 28 Mei 2012 dari : <http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read/news/2011/11/27/102821>
- Whatindonews.com. (2013, April 3). Indonesia Pasar Mie Instan Terbesar Kedua Dunia. Diunduh tanggal 30 April 2013 dari : <http://whatindonews.com/id/post/2138>