

IMPLEMENTASI SERTIFIKASI HALAL UMKM DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DI KECAMATAN HAURGEULIS

Dina Fitria¹, Muhammad Illyas Darussalam², Fakhru Ridho³, Muhammad Isa
Asyrafuddin⁴

^{1,2,3,4} Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

dinafitria021@gmail.com, muhammadillyass1890@gmail.com,
fakhru0440@gmail.com, miasyrafuddin@iai-alzaytun.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of halal certification in MSMEs and its role in building consumer trust in Haurgeulis District. The method used is qualitative research with an empirical approach through interviews with Halal Product Process Assistants (PPPH), MSME actors, and consumers, as well as literature studies. The results of the study show that halal certification through a self-declare scheme has been implemented in accordance with BPJPH regulations, but it is not yet optimal due to the low level of administrative readiness and technical understanding of MSMEs. On the other hand, consumers view halal certification as an important factor that increases safety, trust, and repeat purchase decisions. This study concludes that halal certification plays a strategic role in increasing consumer confidence, but requires strengthened assistance and improved halal literacy for more effective implementation at the MSME level.

Keywords: Halal certification, MSMEs, consumer trust, self-declaration, Haurgeulis.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi sertifikasi halal pada UMKM serta peranannya dalam membentuk kepercayaan konsumen di Kecamatan Haurgeulis. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan empiris melalui wawancara terhadap Pendamping Proses Produk Halal (PPPH), pelaku UMKM, dan konsumen, serta studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal melalui skema *self declare* telah dilaksanakan sesuai ketentuan BPJPH, namun belum optimal karena rendahnya kesiapan administratif dan pemahaman teknis UMKM. Di sisi lain, konsumen memandang sertifikasi halal sebagai faktor penting yang meningkatkan rasa aman, kepercayaan, serta keputusan pembelian ulang. Penelitian ini menyimpulkan bahwa sertifikasi halal berperan strategis dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi memerlukan penguatan pendampingan dan peningkatan literasi halal agar implementasinya lebih efektif di tingkat UMKM.

Kata kunci: Sertifikasi halal, UMKM, kepercayaan konsumen, *self declare*, Haurgeulis.

A. Pendahuluan

Dalam struktur ekonomi Indonesia yang kompleks, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi tulang punggung perekonomian nasional. UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB, dan menampung sekitar 97% tenaga kerja nasional, dan menjadi penggerak utama pemerataan kesejahteraan Masyarakat (Khumairo, Hersiyah, & Mashudi, 2025).

Namun di tengah arus globalisasi dan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kualitas, UMKM tidak hanya dituntut menghasilkan produk yang murah dan mudah diakses, tetapi juga harus memenuhi standar keamanan, kebersihan, dan kehalalan produk (Aldillah, Faisaldi, Ainur & Shofiyatul, 2025).

Salah satu upaya strategis yang mendukung hal itu adalah sertifikasi halal. Sertifikasi halal tidak hanya mencerminkan kepatuhan terhadap ajaran agama, tetapi juga menjadi simbol kepercayaan dan kualitas produk (Camelia, Achmad& Ainulyaqin, 2024). Produk yang bersertifikat halal menunjukkan proses produksi yang higienis,

transparan, dan sesuai dengan standar yang diakui negara melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) (Sunarta, Bulqis, Bisyriani, Sudirman & Apriliani, 2025). Sertifikasi ini bahkan mampu meningkatkan citra merek dan memperluas akses pasar global bagi UMKM.

Secara umum, penerapan sertifikasi halal berdampak luas terhadap perilaku konsumen. Kepercayaan konsumen menjadi faktor penentu dalam memilih suatu produk. Konsumen akan lebih yakin, nyaman, dan loyal terhadap produk yang memiliki jaminan halal. Penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan serta loyalitas konsumen pada produk makanan dan minuman.

Kepercayaan ini tumbuh dari keyakinan bahwa produk tersebut tidak hanya halal secara agama, tetapi juga aman secara kesehatan dan etis dalam proses produksinya. Tanpa kepercayaan, tidak ada loyalitas; dan tanpa loyalitas, keberlangsungan UMKM akan sulit terjaga.

Fenomena tersebut juga tampak di Kecamatan Haurgeulis, Kabupaten

Indramayu, Jawa Barat, yang merupakan salah satu wilayah dengan pertumbuhan UMKM kuliner yang cukup pesat. Meski demikian, masih banyak pelaku UMKM yang belum memiliki sertifikasi halal, baik karena keterbatasan informasi, biaya, maupun kesulitan administratif. Di sisi lain, konsumen di wilayah ini semakin sadar pentingnya label halal sebagai jaminan produk yang layak konsumsi.

Kondisi inilah yang membuat topik “Implementasi Sertifikasi Halal UMKM dan Dampaknya terhadap Kepercayaan Konsumen di Kecamatan Haurgeulis” menjadi sangat relevan untuk dikaji.

Pemilihan judul ini didasari oleh kebutuhan praktis sekaligus akademik. Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan kepada pelaku UMKM agar memahami pentingnya sertifikasi halal sebagai strategi membangun kepercayaan konsumen dan memperluas pasar. Secara akademik, penelitian ini menambah literatur empiris mengenai hubungan antara implementasi kebijakan halal dengan kepercayaan konsumen di tingkat lokal, terutama di daerah pedesaan yang memiliki potensi besar namun belum banyak diteliti.

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi Lapangan, Wawancara Mendalam, dan Dokumentasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian empiris, yaitu penelitian yang menekankan pada pengalaman nyata di lapangan untuk memperoleh data faktual mengenai suatu fenomena. Penelitian empiris dipilih karena penulis ingin mengetahui secara langsung bagaimana implementasi sertifikasi halal pada pelaku UMKM di Kecamatan Haurgeulis serta dampaknya terhadap kepercayaan konsumen.

Dengan menggunakan jenis penelitian empiris ini, penulis dapat memotret realitas sosial yang ada di masyarakat Kecamatan Haurgeulis, khususnya terkait kesadaran pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal, kendala yang mereka hadapi, serta sejauh mana konsumen menjadikan sertifikasi halal sebagai faktor penting dalam memilih produk pangan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan temuan lapangan, terdapat beberapa data terkait implementasi sertifikasi halal pada UMKM dan peranannya dalam

membentuk kepercayaan konsumen di Kecamatan Haurgeulis, sebagai berikut:

Definisi UMKM

UMKM merupakan kegiatan ekonomi yang dijalankan oleh individu, keluarga, maupun badan usaha berskala kecil (Farisi, Fasa, & Suharto, 2022).

Klasifikasi UMKM umumnya didasarkan pada tingkat pendapatan tahunan, jumlah tenaga kerja, serta jumlah aset yang dimiliki. Pengaturan mengenai UMKM telah tercantum dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (INDONESIA, n.d.).

Selain memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) setiap tahunnya, UMKM juga berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Bahkan, sektor ini terbukti tangguh menghadapi krisis ekonomi, seperti pada tahun 1998, ketika banyak perusahaan besar gulung tikar, namun UMKM tetap mampu bertahan. Oleh karena itu, UMKM kerap disebut sebagai penyelamat perekonomian bangsa di masa-masa sulit (Sudrartono et al., 2022).

Definisi Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan bentuk pengesahan yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) yang menyatakan bahwa suatu produk telah memenuhi ketentuan syariat Islam.

Sertifikat ini menjadi dasar bagi pelaku usaha untuk mencantumkan label halal pada produknya. Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), pemerintah berupaya memberikan kepastian hukum dan perlindungan bagi masyarakat melalui pengaturan yang jelas terkait proses sertifikasi halal.

Sertifikat halal sendiri merupakan bentuk pengakuan resmi terhadap kehalalan suatu produk yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa halal tertulis dari MUI. Sementara itu, label halal berfungsi sebagai tanda yang menunjukkan bahwa produk tersebut telah bersertifikat halal. Setiap pelaku usaha yang telah memperoleh sertifikat halal diwajibkan mencantumkan label halal sesuai standar nasional (Salam, 2021).

Implementasi Sertifikasi Halal pada UMKM

Secara etimologis, implementasi berasal dari bahasa Inggris *to implement* yang berarti melaksanakan atau menerapkan (Arif, 2022). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), implementasi diartikan sebagai pelaksanaan atau penerapan (Rizky Cristiano Tiwa, Johnny H. Posumah, 2023).

Secara garis besar, implementasi dipahami sebagai pelaksanaan nyata dari sebuah rencana yang telah dirumuskan secara matang, terstruktur, dan detail. Dengan kata lain, suatu rencana dapat diimplementasikan apabila telah melalui proses perencanaan yang jelas dan terarah sejak awal. Jones mendefinisikan implementasi sebagai serangkaian aktivitas yang diarahkan untuk menjalankan sebuah program hingga menghasilkan dampak yang terlihat (Ramadhani, 2024).

Faktor-faktor yang menghambat implementasi sertifikasi halal pada UMKM: (Rosita, Suzaini, Takwa & Hasan, 2023)

1. Minimnya kegiatan edukasi dan penyuluhan mengenai

tata cara pengurusan sertifikasi halal.

2. Rendahnya

pemahaman serta kepedulian produsen dan konsumen terhadap aturan hukum yang berlaku.

3. Berbagai kendala

dalam penerapan jaminan produk halal, terutama kewajiban sertifikasi, banyak dipengaruhi oleh lemahnya kesadaran hukum di kalangan pelaku usaha maupun masyarakat. Kondisi ini menunjukkan perlunya peningkatan sosialisasi agar tujuan kebijakan dapat tercapai secara optimal.

Persepsi dan Kepercayaan Konsumen terhadap Produk Halal

Menurut Anang dalam bukunya *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, persepsi konsumen merupakan proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menafsirkan berbagai rangsangan yang diterima sehingga membentuk gambaran yang bermakna dan menyeluruh tentang lingkungan sekitarnya.

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi persepsi konsumen menurut Anang meliputi:

a. Faktor individu, yaitu karakteristik yang berasal dari dalam diri konsumen. Faktor ini tidak hanya

berkaitan dengan pancha indera, tetapi juga mencakup pengalaman pribadi, dorongan utama, serta harapan yang dimiliki oleh individu.

b. Faktor stimulus, yakni karakteristik fisik dari suatu objek seperti ukuran, berat, warna, dan bentuk. Penampilan produk, baik dari segi kemasan maupun ciri khasnya, dapat memengaruhi bagaimana konsumen membentuk persepsi terhadap produk tersebut (Lia, Ibdalsyah, & Hakiem, 2021).

Kepercayaan konsumen merupakan aspek psikologis yang membuat seseorang yakin bahwa suatu produk mampu memenuhi kebutuhan dan harapannya. Bagi konsumen Muslim, tingkat kepercayaan ini sangat bergantung pada jaminan bahwa produk tersebut halal dan bebas dari bahan yang diharamkan menurut ajaran Islam. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap produk halal meningkat apabila terdapat sertifikasi resmi dari lembaga berwenang, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sertifikasi ini memberikan rasa aman dan keyakinan tambahan bagi konsumen Muslim terhadap kehalalan serta keamanan produk yang dikonsumsi

(Lestari & Taufiq, 2024).

Dampak Sertifikasi Halal terhadap Kepercayaan Konsumen

Beberapa dampak dari adanya sertifikasi halal terhadap tingkat kepercayaan konsumen dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Sertifikasi Halal sebagai Penegasan Mutu dan Keamanan Produk

Label halal tidak sekadar menunjukkan bahwa suatu produk sesuai dengan ketentuan syariat, tetapi juga berfungsi sebagai indikator mutu dan keamanan. Untuk memperoleh sertifikat ini, suatu produk harus melalui rangkaian verifikasi yang komprehensif, mulai dari peninjauan bahan baku, proses pengolahan, hingga pengemasan dan distribusi. Mekanisme pengawasan yang ketat tersebut memastikan bahwa produk yang sampai ke tangan konsumen bukan hanya halal secara hukum agama, tetapi juga memenuhi standar higienitas dan kelayakan konsumsi.

Dengan demikian, kehadiran sertifikat halal mampu meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan konsumen dalam memilih produk tersebut (Faraby, Nurhaliza, Zahra & Gazani, 2025).

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen

Temuan penelitian Ramadhani, dkk menegaskan bahwa kepercayaan memiliki peran yang sangat penting dalam

membangun sekaligus menjaga loyalitas konsumen. Karena itu, perusahaan dan pemasar perlu menyadari betapa vitalnya upaya menumbuhkan kepercayaan pelanggan melalui berbagai langkah strategis, seperti konsistensi dalam memberikan produk bermutu serta menjaga reputasi dan integritas perusahaan. Dengan menjadikan kepercayaan sebagai prioritas utama, hubungan perusahaan dengan konsumennya dapat semakin kuat, sehingga tingkat loyalitas pelanggan pun meningkat secara signifikan (Diana, Lubis, & Sitorus, 2023).

3. Pengaruh terhadap citra merek

Temuan penelitian yang telah diuji kebenarannya oleh Maharani, dkk menunjukkan bahwa citra merek berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada produk rujak Cak Mimin. Reputasi merek Cak Mimin yang telah dibangun secara konsisten menjadikan konsumen lebih mudah

memahami informasi yang melekat pada merek tersebut. Selain itu, keberadaan label halal dan izin BPOM turut meningkatkan rasa percaya konsumen karena produk dianggap aman dan layak dikonsumsi (Harmen, Indriani, Alfahmi, Kristin, & Medan, 2024)

4. Meningkatkan Daya Saing Produk di Pasar Global

Dalam meningkatkan daya saing ada 4 cara, yaitu: Inovasi produk dan diferensiasi, peningkatan efisiensi operasional berbasis teknologi, pengembangan sumber daya manusia yang kreatif, dan Kerjasama dengan mitra eksternal (Alexander et al., 2024).

Landasan hukum Sertifikasi Halal

Peraturan yang mengatur hal ini, yaitu Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal serta Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 sebagai aturan pelaksanaannya, dibuat untuk memastikan masyarakat Muslim memperoleh produk halal yang aman, nyaman, dan terjamin kehalalannya. Selain itu, regulasi tersebut juga dimaksudkan untuk mendorong pelaku usaha meningkatkan nilai usaha melalui produksi dan penjualan produk yang memenuhi standar halal

(Hidayatullah, 2020).

Kendala UMKM dalam Mengurus Sertifikasi Halal

Salah satu hambatan bagi pelaku usaha yang ingin mengurus sertifikasi halal adalah besarnya biaya yang ditetapkan LPPOM MUI. Kisaran biayanya antara 2,8 juta hingga 3,7 juta rupiah, yang dianggap cukup memberatkan terutama bagi UMKM atau usaha yang masih baru berdiri (Muhamad, 2020).

Pelaku UMK yang mengikuti program sertifikasi halal gratis (SEHATI) melalui skema *self declare* mengalami berbagai hambatan. Hasan & Jailani mengungkapkan bahwa tantangan dalam pelaksanaan sertifikasi halal tidak hanya dirasakan oleh BPJPH, LP3H, dan pendamping PPH, tetapi juga dialami langsung oleh para pelaku UMK. Beberapa kendala utama yang muncul antara lain kewajiban pemenuhan berbagai persyaratan, proses pendaftaran yang sepenuhnya berbasis digital, serta sejumlah masalah yang timbul setelah sertifikat halal diterbitkan (Khairawati, Murtiyani, Wijiharta, Yusanto & Murtadlo, 2025).

Hasil wawancara kepada pegawai KUA, Pedagang, dan Pembeli

Berdasarkan hasil wawancara

dengan pengurus sertifikasi halal (PPPH), pelaku UMKM, dan konsumen di Kecamatan Haurgeulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa sertifikasi halal memiliki peran strategis namun belum sepenuhnya optimal dalam praktik UMKM, terutama pada aspek kesiapan administratif dan pemahaman pelaku usaha.

Pertama, dari sisi pengurus sertifikasi halal (PPPH), pendampingan sertifikasi halal khususnya melalui skema *self declare* telah dijalankan sesuai ketentuan BPJPH. PPPH berperan aktif dalam sosialisasi, pemeriksaan bahan dan proses produksi, serta pendampingan dokumen. Namun demikian, efektivitas pendampingan masih menghadapi hambatan utama berupa rendahnya kesiapan UMKM, terutama terkait administrasi usaha seperti kepemilikan NIB dan pencatatan bahan baku serta proses produksi yang belum tertata.

Kedua, dari perspektif pelaku UMKM, secara umum mereka telah memahami sertifikasi halal sebagai pengakuan resmi kehalalan produk yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Akan tetapi, pemahaman tersebut masih bersifat

umum dan belum diikuti dengan pemahaman teknis prosedural. Persyaratan administrasi dipersepsikan sebagai beban yang cukup berat, sehingga banyak UMKM belum menjadikan sertifikasi halal sebagai prioritas. Selain itu, sebagian pelaku UMKM belum merasakan manfaat ekonomi secara langsung dari sertifikasi halal karena produk mereka tetap laku meskipun belum bersertifikat.

Ketiga, dari sudut pandang konsumen, sertifikasi dan label halal dipandang sebagai faktor penting dalam menentukan kepercayaan, keputusan pembelian ulang, serta rekomendasi produk.

Meskipun dalam konteks lokal kepercayaan personal terhadap pemilik usaha masih cukup kuat, konsumen cenderung lebih berhati-hati dan selektif ketika tidak mengenal produsen atau produk berasal dari luar lingkungan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal berfungsi sebagai jaminan formal yang mengantikan kepercayaan personal, sekaligus sebagai indikator kualitas dan keamanan produk.

Secara keseluruhan, hasil wawancara menunjukkan adanya kesenjangan antara regulasi dan

implementasi sertifikasi halal di tingkat UMKM. Sertifikasi halal telah diakui penting oleh pengurus, UMKM, dan konsumen, namun masih terkendala oleh keterbatasan administrasi, literasi halal, dan persepsi manfaat ekonomi. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pendampingan yang lebih intensif, penyederhanaan administrasi, serta peningkatan edukasi kepada UMKM agar sertifikasi halal tidak hanya dipandang sebagai kewajiban normatif, tetapi juga sebagai instrumen peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan lapangan di Kecamatan Haurgeulis, dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal memiliki posisi yang sangat penting dalam konteks pengembangan UMKM sekaligus pembentukan kepercayaan konsumen. UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional tidak hanya berperan dalam penciptaan lapangan kerja dan kontribusi terhadap PDB, tetapi juga menjadi sektor yang strategis dalam pemenuhan kebutuhan konsumsi masyarakat, khususnya masyarakat

Muslim. Oleh karena itu, keberadaan sertifikasi halal menjadi kebutuhan yang tidak terpisahkan dari aktivitas usaha UMKM di bidang pangan dan minuman.

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa sertifikasi halal secara normatif telah memiliki landasan hukum yang kuat melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal beserta peraturan pelaksananya. Regulasi tersebut bertujuan memberikan kepastian hukum dan perlindungan bagi konsumen, sekaligus mendorong pelaku usaha meningkatkan kualitas dan nilai tambah produknya. Namun demikian, implementasi sertifikasi halal di tingkat UMKM belum berjalan secara optimal. Masih terdapat kesenjangan antara ketentuan normatif dengan realitas di lapangan, terutama terkait kesiapan administratif dan pemahaman teknis pelaku UMKM.

Dari sisi implementasi, pendampingan sertifikasi halal melalui skema *self declare* yang dilakukan oleh Pendamping Proses Produk Halal (PPPH) di KUA Kecamatan Haurgeulis telah berjalan sesuai ketentuan BPJPH. Pendampingan mencakup kegiatan

sosialisasi, pemeriksaan bahan baku, penilaian proses produksi, serta pendampingan pengajuan dokumen. Namun, efektivitas pendampingan tersebut masih terkendala oleh rendahnya kesiapan UMKM, seperti belum tertatanya administrasi usaha, ketiadaan NIB, serta pencatatan bahan dan proses produksi yang masih sederhana.

Dari perspektif pelaku UMKM, sertifikasi halal dipahami sebagai pengakuan resmi atas kehalalan produk yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Akan tetapi, pemahaman tersebut masih bersifat umum dan belum diikuti dengan kesiapan untuk memenuhi prosedur dan persyaratan teknis. Persyaratan administrasi dan proses pengurusan sertifikasi sering kali dipersepsi sebagai beban, sehingga sertifikasi halal belum menjadi prioritas utama bagi sebagian UMKM, terutama karena mereka belum merasakan dampak ekonomi secara langsung terhadap peningkatan penjualan.

Sementara itu, dari sudut pandang konsumen, sertifikasi halal dan label halal dipandang sebagai faktor penting dalam membangun rasa aman dan kepercayaan terhadap produk UMKM. Konsumen cenderung

lebih yakin untuk membeli ulang dan merekomendasikan produk yang telah bersertifikat halal. Meskipun dalam konteks lokal kepercayaan personal terhadap pemilik usaha masih cukup dominan, keberadaan sertifikasi halal tetap dibutuhkan sebagai jaminan formal, terutama ketika konsumen tidak memiliki kedekatan dengan produsen atau ketika produk berasal dari luar lingkungan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan syariat, tetapi juga sebagai indikator mutu, keamanan, dan profesionalisme produk.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan penelitian ini menegaskan bahwa sertifikasi halal memiliki dampak signifikan terhadap kepercayaan konsumen dan citra produk UMKM, namun implementasinya masih menghadapi berbagai kendala struktural dan kapasitas pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pendampingan yang lebih intensif dan aplikatif, penyederhanaan proses administrasi, serta peningkatan literasi halal dan manajemen usaha bagi UMKM. Dengan demikian, sertifikasi halal dapat dipahami tidak

hanya sebagai kewajiban hukum dan keagamaan, tetapi juga sebagai instrumen strategis untuk meningkatkan daya saing, keberlanjutan, dan pengembangan UMKM di masa mendatang.

Berdasarkan hasil temuan lapangan dan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa implementasi sertifikasi halal pada UMKM di Kecamatan Haurgeulis memiliki peran penting dalam membangun dan meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya konsumen Muslim yang membutuhkan kepastian akan kehalalan produk yang dikonsumsi.

UMKM sebagai sektor ekonomi yang strategis tidak hanya berkontribusi besar terhadap perekonomian nasional, tetapi juga memiliki potensi yang kuat untuk berkembang melalui penerapan sertifikasi halal yang terstruktur dan sesuai regulasi.

Sertifikasi halal, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan peraturan pelaksanaannya, menjadi instrumen penting dalam memberikan perlindungan, kenyamanan, dan jaminan keamanan bagi masyarakat.

Penerbitan sertifikat halal oleh BPJPH berdasarkan fatwa MUI semakin memperkuat legitimasi suatu produk di mata konsumen. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, citra merek, serta daya saing produk UMKM di pasar yang semakin kompetitif.

Namun demikian, implementasi sertifikasi halal masih menghadapi sejumlah kendala yang signifikan. Minimnya sosialisasi, rendahnya kesadaran hukum, keterbatasan pemahaman produsen dan konsumen, serta masalah biaya sertifikasi menjadi faktor yang menghambat pelaku UMKM dalam memperoleh sertifikat halal. Selain itu, program sertifikasi halal gratis (SEHATI) dengan skema *self declare* juga belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan secara optimal karena tantangan administratif berbasis digital dan persyaratan yang cukup kompleks.

Salah satu hambatan bagi pelaku usaha yang ingin mengurus sertifikasi halal adalah besarnya biaya yang ditetapkan LPPOM MUI. Kisaran

biayanya

Secara keseluruhan, penerapan sertifikasi halal terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas produk, kepercayaan konsumen, dan nilai tambah bagi UMKM. Namun, keberhasilan pelaksanaannya sangat bergantung pada dukungan pemerintah melalui sosialisasi yang lebih intensif, pendampingan yang memadai, penyederhanaan prosedur, serta kebijakan pembiayaan yang lebih ramah bagi pelaku usaha kecil. Dengan demikian, sertifikasi halal dapat menjadi pendorong utama bagi UMKM di Kecamatan Haurgeulis untuk berkembang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Rosita, Suzaini, Wardina Huma Takwa, Z. H. (2023). IMPLEMENTASI SERTIFIKASI HALAL PADA PRODUK KABUPATEN BENGKALIS. PRIMER: *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 97.
- Alexander, T., Amzul, A., Purnomo, S. Y., Gunawan, L., Putera, H., Daeli, D., & Karno, U. B. (2024). Strategi Manajemen Inovasi dalam Mempertahankan Daya

- Saing di Pasar global. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 4(September), 479–480.
- Arif, M. S. (2022). Implementasi Metode Fami Bisyauqin Dalam Mewujudkan Kualitas Hafalan Al-Qur'an Di Pondok Pesantren Putri Al-Baqoroh Lirboyo, 38.
- D.Q. Alva Salam, A. M. (2021). IMPLEMENTASI JAMINAN PRODUK HALAL MELALUI SERTIFIKASI HALAL PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN UMKM DI KABUPATEN SAMPANG. *Qawwam: The Leader's Writing*, 2(2), 121.
- Desy Arum Sunarta, Rasyidah Bulqis, Andi Bisyriani, Muh. Sajjaj Sudirman, R., & Apriliani. (2025). Sertifikasi Halal Sebagai Instrumen Kebijakan Publik Dalam Pengembangan Industri Halal Indonesia. *Robust: Research Business and Economics Studies*, 5(1), 75. <https://doi.org/10.31332/robust.v5i1.11569>
- Diana, M., Lubis, P., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kemudahan , Keamanan , dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis* Vol 5 No. 2 (2023) Hal. 209-218 e-Issn: 2715-9361, 5(2), 215–216. <https://doi.org/10.30812/target.v5i2.3021>
- Emilia Puji Lestari, T. (2024). Pengaruh sertifikasi halal terhadap kepercayaan konsumen pada produk madu di ma andalusia. *AL-IQTISHAD: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Islam*, 2(2), 1–16. Retrieved from <http://ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/aliqtishad>
- Harmen, H., Indriani, R., Alfaumi, F., Kristin, O. V., & Medan, N. (2024). Analisis dampak sertifikasi labelisasi halal terhadap perkembangan umkm di bangkalan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(3), 1522–1523. <https://doi.org/https://www.doi.org/10.30651/jms.v9i3.22814>
- Hidayatullah, M. S. (2020). SERTIFIKASI DAN LABELISASI HALAL PADA MAKANAN DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (PERSPEKTIF AYAT AHKAM). *YUDISIA : JURNAL PEMIKIRAN HUKUM DAN*

- HUKUM ISLAM*, 11(2), 263. Retrieved from <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Yudisia/index>
- Ica Camelia, Listian Indriyani Achmad, MH Ainulyaqin, S. E. (2024). Analisis Peran Sertifikasi Halal pada Bisnis UMKM Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 1474–1484. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13349>
- INDONESIA, R. (n.d.). UNDANG-UNDANG N0 20 TAHUN 2008.
- Khumairo, H., Hersiyah, & Mashudi. (2025). PERAN UMKM DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI DAN PEMERATAAN PENDAPATAN DI INDONESIA The Role of MSMEs in Driving Economic Growth and Income Equality in Indonesia. *Ekonomipedia: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 23. <https://doi.org/10.55043>
- Lia, A., Ibdalsyah, I., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 266. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.788>
- Muhamad, M. (2020). Tantangan Dan Peluang Penerapan Kebijakan Mandatory Sertifikasi Halal (Studi Implementasi Uu No . 33 Th . 2014 dan Pp No. 31 Th. 2019). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 3. Retrieved from <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Yudisia/index>
- Ramadhani, R. P. (2024). Strategi Komunikasi Kerjasama Sister City Kota Bandung Dengan Kota Kawasaki Jepang Dalam Implementasi Sumber Daya Manusia (Sdm) Pengelolaan Air Limbah Di Kota Bandung (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia), VI(2), 38.
- Rizky Cristiano Tiwa, Johnny H. Posumah, V. Y. L. (2023). IMPLEMENTASI KEBIJAKAN DALAM MENANGANI KEKACAUAN ANTAR DESA DI KECAMATAN TOMPASO BARU KABUPATEN MINAHASA SELATAN. *Jurnal Administrasi Publik*, IX(3), 343.

- Rozak Aldillah, Rofik Hanif Faisaldi, Shinta Ainur, Shofiyatul, R. S. (2025). Strategi Penguatan Legalitas Produk melalui Sertifikasi Halal pada UMKM Manisan Bligo. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 174. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>
- Salihah Khairawati, Siti Murtiyani, Wijiharta Wijiharta, Ismail Yusanto, M. B. M. (2025). Kendala Sertifikasi Halal Pada UMKM di Indoneisa : Sebuah Kajian Literatur. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi*, 05(02), 248. <https://doi.org/doi.org/10.54209/jasmien.v5i02.1018>
- Salman Al Farisi, Muhammad Iqbal Fasa, S. (2022). PERAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73. Retrieved from <http://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/es/index>
- Siti Nurhaliza, Putri Amalia Zahra, Hawa Gazani, M. E. F. (2025). DAMPAK SERTIFIKASI HALAL TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN. *AL BUYU' : Jurnal Hukum Ekonomi Syar'ah*, 2(1), 16. Retrieved from <https://ejournalstisnuaceh.com/index.php/JIL>
- Tiris Sudartono, H., Nugroho, I Gusti Ayu Ari Agustini, H. G. Y., Lu'lu Ul Maknunah, L., Amaria, H., Lidang Witi, F., Sudirman, A., & Eka Putri Eka Purnama Sari, D. (2022). *KEWIRAUSAHAAN UMKM DI ERA DIGITAL*. Retrieved from www.penerbitwidina.com