

Strategi Peningkatan Kesadaran Sertifikasi Halal Pelaku UMKM Kabupaten Sampang dalam Meningkatkan Daya Saing Produk

Faqih, Nasrul Hadi, Rizky Yansah

Institut Agama Islam Nazhatut Thullab Sampang

Email: as.faqih08@gmail.com, nasrulahadi375@gmail.com, rizkymubarok176@gmail.com

Abstract

Halal certification is an important aspect in ensuring consumer trust and enhancing the competitiveness of MSME products, particularly in Muslim-majority regions such as Sampang Regency. Although the level of awareness among MSME actors regarding the importance of halal certification is relatively high, the number of certified businesses remains low. This study aims to analyze the level of awareness of MSME actors, identify obstacles in the halal certification process, and formulate strategies to improve halal certification awareness. This research employs a qualitative approach using a descriptive case study method through observation, interviews, and documentation. The findings reveal that the main obstacles include complex procedures, limited access to information, certification costs, and insufficient assistance. The study concludes that improving halal certification awareness requires integrated strategies involving socialization, education, technical assistance, and sustainable policy support to enhance MSME product quality and competitiveness.

Keywords: Halal Certification; Halal Awareness; MSMEs; Product Competitiveness.

Abstrak

Sertifikasi halal merupakan aspek penting dalam menjamin kepercayaan konsumen serta meningkatkan daya saing produk UMKM, khususnya di wilayah mayoritas Muslim seperti Kabupaten Sampang. Meskipun tingkat kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya sertifikasi halal relatif tinggi, tingkat kepemilikan sertifikat halal masih tergolong rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesadaran pelaku UMKM, mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam proses sertifikasi halal, serta merumuskan strategi peningkatan kesadaran sertifikasi halal. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus deskriptif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kendala utama meliputi kompleksitas prosedur, keterbatasan informasi, biaya sertifikasi, serta kurangnya pendampingan. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kesadaran sertifikasi halal memerlukan strategi terpadu melalui sosialisasi, edukasi, pendampingan teknis, serta dukungan kebijakan yang berkelanjutan agar UMKM mampu meningkatkan kualitas dan daya saing produknya.

Kata Kunci: Sertifikasi Halal; Kesadaran Halal; UMKM; Daya Saing Produk.

PENDAHULUAN

Sertifikasi halal merupakan salah satu aspek fundamental dalam menjamin keamanan, kualitas, dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang beredar di masyarakat, khususnya di negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia. Kehalalan produk tidak hanya berkaitan dengan aspek religius, tetapi juga mencerminkan standar kebersihan,

kualitas, dan kepastian hukum yang semakin dibutuhkan dalam sistem perdagangan modern.¹ Dalam konteks ini, sertifikasi halal menjadi instrumen strategis yang menjembatani kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan negara dalam menciptakan sistem jaminan produk yang adil dan terpercaya.

Secara yuridis, Pasal 1 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menyatakan bahwa sertifikasi halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).² Regulasi ini menegaskan bahwa negara hadir untuk memberikan perlindungan hukum bagi konsumen Muslim sekaligus memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha. Kehadiran undang-undang tersebut merupakan respons terhadap realitas sosial bahwa banyak produk yang beredar di masyarakat belum sepenuhnya terjamin kehalalannya, sehingga menimbulkan keraguan dan potensi konflik di tengah masyarakat.

Dalam era globalisasi dan persaingan pasar yang semakin kompetitif, kesadaran terhadap pentingnya sertifikasi halal mengalami peningkatan yang signifikan. Munculnya berbagai produk baru dengan bahan, proses, dan teknologi yang semakin kompleks sering kali tidak memiliki penjelasan eksplisit dalam kitab-kitab fikih klasik maupun literatur kontemporer. Kondisi ini memunculkan perbedaan pandangan di kalangan masyarakat mengenai status kehalalan suatu produk.³ Oleh karena itu, sertifikasi halal berfungsi sebagai instrumen otoritatif yang mampu meredam ketegangan sosial dan memberikan kepastian dalam menentukan legalitas konsumsi suatu produk menurut syariat Islam.

Selain berfungsi sebagai jaminan religius, sertifikasi halal juga memiliki nilai strategis dalam meningkatkan daya saing produk. Produk yang telah tersertifikasi halal cenderung memiliki tingkat kepercayaan konsumen yang lebih tinggi dan berpotensi menembus pasar nasional maupun internasional, khususnya pasar halal global yang terus berkembang.⁴ Dengan demikian, sertifikasi halal tidak lagi dipandang sebagai beban administratif, melainkan sebagai investasi jangka panjang bagi keberlanjutan usaha.

Kabupaten Sampang sebagai salah satu daerah di Pulau Madura memiliki potensi besar dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan data Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Sampang Triwulan II Tahun 2025, tercatat sebanyak 29.622 unit usaha aktif yang tersebar di 14 kecamatan. Dari jumlah tersebut, sekitar 78,9% tergolong usaha mikro, sementara usaha kecil dan menengah masih relatif terbatas.⁵ Data ini menunjukkan bahwa UMKM, khususnya usaha mikro, menjadi tulang punggung perekonomian daerah dan memiliki peran strategis dalam mendukung kesejahteraan masyarakat.

Secara spasial, Kecamatan Sampang menjadi wilayah dengan kontribusi UMKM terbesar, yakni sebanyak 6.276 unit usaha, diikuti oleh Kecamatan Camplong, Torjun, dan Robatal. Selain itu, jumlah Wirausaha Baru (WUB) yang mencapai 1.630 unit mencerminkan tingginya antusiasme masyarakat dalam mengembangkan usaha. Namun, besarnya jumlah UMKM tersebut belum sepenuhnya diiringi dengan kepemilikan sertifikasi halal, terutama

¹ UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) di Indonesia.

² Pasal 1 UU JPH: Mendefinisikan Sertifikat Halal sebagai pengakuan kehalalan produk yang dikeluarkan BPJPH berdasarkan fatwa MUI.

³ Nuzhuliyah Mega Avifa, et al. (2025) Peran Sertifikasi Halal Dalam Peningkatan Daya Saing Produk Makanan Indonesia Di Pasar Global. Jurnal Media Akademik (JMA) Vol. 3, No.11 November 2025.

⁴ Sinta, P., Mawardi, M., & Albab, U. (2025). Dampak Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Mikro Di Bandar Lampung. J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah), 8(1), 17-25.

⁵ Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Sampang Triwulan II Tahun 2025.

pada sektor makanan dan minuman yang bersentuhan langsung dengan kebutuhan konsumsi masyarakat.⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Adiyanto dan Amaniyah, menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM di Pulau Madura memiliki tingkat kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya sertifikasi halal. Sebanyak 95% pelaku UMKM mengetahui keberadaan dan fungsi sertifikasi halal, dengan sumber informasi utama berasal dari pemerintah dan media sosial.⁷ Temuan ini menunjukkan bahwa secara kognitif, pelaku UMKM telah memiliki pemahaman dasar mengenai urgensi sertifikasi halal.

Namun demikian, tingginya tingkat kesadaran tersebut belum sepenuhnya terimplementasi dalam bentuk kepemilikan sertifikat halal. Berdasarkan data Satuan Tugas Jawa Timur per 9 Juni 2025, hanya 3.335 pelaku UMKM di Kabupaten Sampang yang telah memperoleh sertifikasi halal. Angka ini menunjukkan adanya kesenjangan yang cukup besar antara jumlah UMKM aktif dengan tingkat partisipasi dalam sertifikasi halal. Kesenjangan ini mengindikasikan bahwa kesadaran tidak selalu berbanding lurus dengan tindakan, terutama ketika pelaku usaha dihadapkan pada berbagai kendala struktural dan teknis.

Berbagai penelitian dan laporan lapangan mengungkapkan bahwa pelaku UMKM masih menghadapi sejumlah hambatan dalam proses sertifikasi halal. Kendala tersebut meliputi keterbatasan pengetahuan mengenai prosedur sertifikasi, persepsi biaya yang tinggi, kompleksitas administrasi, serta minimnya pendampingan teknis. Faraby et al. menegaskan bahwa tanpa pendampingan yang intensif, pelaku UMKM cenderung menunda atau bahkan menghindari proses sertifikasi halal meskipun telah memahami manfaatnya.⁸

Urgensi permasalahan ini semakin meningkat seiring dengan pemberlakuan kewajiban sertifikasi halal sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014. Sejak diterbitkannya peraturan turunan dan diberlakukannya secara bertahap mulai 17 Oktober 2019, sertifikasi halal yang sebelumnya bersifat sukarela kini menjadi kewajiban hukum. Tanpa sertifikasi halal, produk UMKM berpotensi kehilangan kepercayaan konsumen, menghadapi hambatan distribusi, serta mengalami keterbatasan akses pasar.

Berdasarkan substansi Undang-Undang Jaminan Produk Halal, regulasi ini bertujuan memberikan jaminan perlindungan hukum bagi konsumen Muslim serta memastikan bahwa produk yang beredar telah memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya melindungi konsumen, tetapi juga memberikan kepastian dan perlindungan hukum bagi pelaku usaha yang patuh terhadap regulasi.

Oleh karena itu, diperlukan strategi yang efektif dan berkelanjutan untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi pelaku UMKM di Kabupaten Sampang dalam sertifikasi halal. Strategi tersebut tidak hanya berfokus pada edukasi, tetapi juga mencakup kemudahan akses informasi, pendampingan teknis yang intensif, serta dukungan kebijakan dan insentif yang mendorong pelaku UMKM untuk berpartisipasi aktif.⁹ Dengan strategi yang tepat, UMKM diharapkan mampu meningkatkan kualitas, kepercayaan, dan daya saing produk mereka.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali secara mendalam pandangan, pengalaman, dan tantangan yang dihadapi pelaku UMKM terkait sertifikasi

⁶ Ahmad Haikal Hasan. (2025) BPJPH Buka Kuota 1 Juta Sertifikasi Halal Gratis Tahun 2025 bagi Pelaku UMK. 20 April 2025. <http://www.bpjph.halal.go.id/>.

⁷ Adiyanto, M. R., & Amaniyah, E. (2023). Tingkat kesadaran sertifikat halal pelaku UMK di Pulau Madura. AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 18(2), 94–101.

⁸ Faraby, M. E., et al. (2023). Pendampingan sertifikasi halal pelaku UMK produk makanan dan minuman. Community Development Journal, 4(2), 1362–1369.

⁹ Aris Pujiyanto, Peningkatan Pengetahuan, Pentingnya Sertifikasi, and Halal Sebagai, “Peningkatan Pengetahuan Pentingnya Sertifikasi Halal Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kabupaten Banjarnegara” 1, no. 3 (2023): 1–6.

halal.¹⁰ Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian sertifikasi halal dan UMKM, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung peningkatan kesadaran dan akses terhadap sertifikasi halal di Kabupaten Sampang.

LANDASAN TEORI

1. Definisi Konseptual Variabel Penelitian

1.1 Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan pengakuan formal terhadap kehalalan suatu produk yang diberikan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Sertifikasi halal menjamin bahwa bahan baku, proses produksi, penyimpanan, distribusi, hingga penyajian produk telah memenuhi ketentuan syariat Islam.¹¹

Dalam konteks UMKM, sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kewajiban hukum dan religius, tetapi juga sebagai instrumen peningkatan kepercayaan konsumen dan daya saing produk. Produk yang tersertifikasi halal cenderung lebih diterima oleh pasar, khususnya konsumen Muslim, serta memiliki peluang lebih besar untuk menembus pasar nasional dan internasional.¹²

1.2 Kesadaran Halal Pelaku UMKM

Kesadaran secara umum dapat dimaknai sebagai kemampuan individu dalam memahami, merasakan, dan menyadari suatu kondisi yang kemudian memengaruhi sikap dan perilakunya.¹³ Kesadaran halal merujuk pada tingkat pemahaman, sikap, dan perilaku pelaku usaha terhadap prinsip-prinsip halal dalam menjalankan aktivitas usahanya.

Kesadaran halal pelaku UMKM mencakup pemahaman terhadap konsep halal-haram, kebersihan dan keamanan produk, proses produksi sesuai syariat, serta kepatuhan terhadap regulasi sertifikasi halal. Menurut Soekanto, kesadaran terbentuk melalui unsur pengetahuan, pemahaman, sikap, dan perilaku.¹⁴ Unsur-unsur ini selaras dengan taksonomi Bloom yang membagi ranah perilaku manusia ke dalam aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik.¹⁵

Berdasarkan kerangka tersebut, kesadaran halal pelaku UMKM dapat diukur melalui indikator: (1) pengetahuan tentang bahan dan proses halal, (2) sikap menerima dan meyakini halal sebagai kewajiban agama, dan (3) tindakan nyata dalam menerapkan prinsip halal serta mengajukan sertifikasi halal.¹⁶

2. Teori-Teori Relevan

¹⁰ Arfiyah Noviyanti, "Peran Penyuluh Agama Dalam Membangun Kesadaran Halal Pada Pelaku UMKM Makanan Dan Minuman Di Kecamatan Ciputat Kota Tangerang Selatan," 2023, 5–24.

¹¹ Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

¹² Lada, S., Tanakinjal, G. H., & Amin, H. (2009). Predicting intention to choose halal products. *Journal of Islamic Marketing*, 1(1), 66–76.

¹³ Widjajaya, A. (2010). *Kesadaran Hukum*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

¹⁴ Soekanto, S. (2012). *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers.

¹⁵ Bloom, B. S. (1956). *Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals*. Longman.

¹⁶ Darmalaksana, W., & Ratnasih, T. (2016). Respon pelaku usaha dalam penerimaan kebijakan sertifikasi halal. *Sentra Publikasi Indonesia*.

2.1 Teori Hierarki Kebutuhan Maslow

Teori Hierarki Kebutuhan Maslow, menjelaskan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh pemenuhan kebutuhan yang tersusun secara hierarkis, mulai dari kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, penghargaan, hingga aktualisasi diri.¹⁷ Dalam konteks UMKM, pelaku usaha yang masih berada pada tahap pemenuhan kebutuhan dasar cenderung memprioritaskan kelangsungan usaha dan pendapatan dibandingkan kepatuhan terhadap sertifikasi halal.

Namun, ketika kebutuhan dasar dan keamanan usaha telah terpenuhi, pelaku UMKM akan mulai mempertimbangkan kebutuhan akan penghargaan dan aktualisasi diri, seperti peningkatan kualitas produk, reputasi usaha, serta kepatuhan terhadap standar halal. Dengan demikian, tingkat kesadaran dan kesiapan ekonomi UMKM memengaruhi keputusan mereka untuk mengajukan sertifikasi halal.

2.2 Teori Dua Faktor Herzberg

Teori Dua Faktor Herzberg, membedakan faktor yang memengaruhi motivasi kerja menjadi faktor higienis dan faktor motivator. Faktor higienis meliputi kebijakan, prosedur, biaya, dan kondisi eksternal yang jika tidak terpenuhi dapat menimbulkan ketidakpuasan.¹⁸ Dalam konteks sertifikasi halal, prosedur yang kompleks, biaya sertifikasi, dan keberadaan oknum menjadi faktor higienis yang berpotensi menghambat partisipasi UMKM.

Sebaliknya, faktor motivator meliputi pencapaian, pengakuan, dan pengembangan diri. Sertifikasi halal dapat menjadi faktor motivator apabila pelaku UMKM memandangnya sebagai sarana meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing produk. Oleh karena itu, strategi peningkatan kesadaran sertifikasi halal perlu mengurangi hambatan faktor higienis dan memperkuat faktor motivator.

3. Penelitian Terdahulu dan Celah Penelitian

Penelitian Adiyanto dan Amaniyah, menunjukkan bahwa 95% pelaku UMKM di Pulau Madura memiliki pengetahuan dan kesadaran yang tinggi terhadap sertifikasi halal. Namun, tingkat kepemilikan sertifikat halal masih rendah, menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan tindakan.¹⁹ Temuan ini diperkuat oleh Faraby et al. (2023) yang menyatakan bahwa keterbatasan pemahaman teknis dan minimnya pendampingan menjadi kendala utama UMKM dalam sertifikasi halal.

Penelitian Wibowo *et al.* 2023 dan Jamaluddin *et al.* 2002 menambahkan bahwa faktor biaya, prosedur administratif, serta praktik tidak transparan dari oknum tertentu turut memperburuk rendahnya partisipasi UMKM. Di sisi lain, beberapa penelitian pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa program sosialisasi, pendampingan, GEMESH, self declare, dan SEHATI terbukti mampu meningkatkan jumlah UMKM bersertifikat halal, Putro et al., 2022; Ariska et al., 2024.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada evaluasi program atau identifikasi kendala secara parsial. Masih terbatas kajian yang mengintegrasikan kesadaran halal, kendala struktural, dan strategi peningkatan kesadaran dalam satu kerangka analisis yang komprehensif dan kontekstual, khususnya pada UMKM di Kabupaten Sampang. Celah penelitian inilah yang menjadi dasar pentingnya penelitian ini.

¹⁷ Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.

¹⁸ Herzberg, F. (1959). *The motivation to work*. John Wiley & Sons.

¹⁹ Adiyanto, M. R., & Amaniyah, E. (2023). Tingkat kesadaran sertifikat halal pelaku UMK di Pulau Madura. *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 94–101.

4. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran penelitian ini dibangun atas asumsi bahwa kesadaran halal pelaku UMKM dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi pengetahuan, pemahaman agama, sikap, dan motivasi pelaku usaha. Faktor eksternal meliputi regulasi, informasi, biaya, prosedur, pendampingan, serta program pemerintah seperti GEMESH dan SEHATI.

Kesadaran halal yang terbentuk akan memengaruhi keputusan pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal. Selanjutnya, kepemilikan sertifikat halal berdampak pada peningkatan kepercayaan konsumen dan daya saing produk UMKM.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus deskriptif. Menurut Creswell dan Poth, Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena rendahnya kesadaran pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap pentingnya sertifikasi halal, serta mengidentifikasi kendala dan strategi peningkatan kesadaran tersebut dalam konteks sosial dan budaya lokal.²⁰ Studi kasus digunakan karena penelitian difokuskan pada satu wilayah tertentu, yaitu Kabupaten Sampang, sehingga memungkinkan eksplorasi fenomena secara komprehensif dan kontekstual.

Kehadiran peneliti menjadi instrumen utama dalam penelitian ini. Peneliti terlibat langsung di lapangan untuk melakukan observasi dan wawancara, sehingga mampu menangkap realitas empiris, persepsi, serta pengalaman pelaku UMKM terkait sertifikasi halal.²¹ Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Sampang, Provinsi Jawa Timur, yang dipilih karena mayoritas penduduknya beragama Islam dan memiliki jumlah UMKM yang cukup besar, namun belum seluruhnya tersertifikasi halal.²²

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Sugiyono (2019). Data primer diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara semi-terstruktur dengan pelaku UMKM yang telah maupun belum memiliki sertifikasi halal. Lexy J. Moleong (2017). Sementara itu, data sekunder diperoleh dari studi literatur, dokumen resmi, jurnal ilmiah, artikel, serta sumber daring yang relevan.²³

Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi, sebagaimana dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, perpanjangan pengamatan, dan peningkatan ketekunan. Dengan metode ini, diharapkan hasil penelitian memiliki tingkat kredibilitas dan validitas yang tinggi.²⁴

Dengan metodologi ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang komprehensif dan kontekstual mengenai strategi peningkatan kesadaran sertifikasi halal bagi UMKM.

²⁰ Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

²¹ Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.

²² Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. SAGE Publications.

²³ Suharsimi Arikunto (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.

²⁴ Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-10th 98. *Qualitative Research in Psychology*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

TEMUAN

Dalam hal ini menyajikan temuan empiris penelitian mengenai tingkat kesadaran pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Sampang terhadap pentingnya sertifikasi halal, faktor-faktor yang memengaruhi rendahnya partisipasi, serta strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan pelaku UMKM dalam proses sertifikasi halal. Temuan penelitian diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis.

1. Gambaran Umum Kesadaran Pelaku UMKM terhadap Sertifikasi Halal

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, penelitian ini menemukan bahwa secara umum pelaku UMKM di Kabupaten Sampang telah memiliki kesadaran normatif mengenai pentingnya halal, namun kesadaran tersebut belum sepenuhnya terwujud dalam tindakan konkret berupa pengurusan sertifikasi halal. Halal masih dipahami sebatas nilai religius, bukan sebagai standar legal dan instrumen strategis dalam pengembangan usaha.

Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Bapak Ahmad Fauzi, selaku Kepala Seksi Pembinaan UMKM Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sampang, yang menyatakan:

*“Kalau ditanya sadar atau tidak, sebagian besar UMKM sebenarnya sudah paham bahwa produknya harus halal. Tapi pemahamannya masih sebatas ‘yang penting bahannya halal’, belum sampai pada kesadaran bahwa sertifikat halal itu kewajiban hukum dan kebutuhan usaha.”*²⁵

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kesadaran kognitif dan kesadaran praktis. Dalam perspektif teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*), kondisi ini menunjukkan bahwa sikap positif terhadap halal belum diikuti oleh kontrol perilaku yang memadai, seperti pemahaman prosedur dan kesiapan administratif.

2. Persepsi Pelaku UMKM terhadap Sertifikasi Halal

Hasil wawancara mengungkapkan bahwa persepsi pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal masih beragam dan cenderung dipengaruhi oleh pengalaman, tingkat pendidikan, serta akses informasi. Sebagian pelaku UMKM memandang sertifikasi halal sebagai proses yang rumit, memakan waktu, dan berbiaya tinggi, meskipun pada kenyataannya pemerintah telah menyediakan skema sertifikasi halal gratis bagi UMKM.

Ibu Siti Rahmawati, selaku pendamping UMKM di Kabupaten Sampang, menjelaskan: *“Banyak pelaku UMKM itu sudah takut duluan. Mereka menganggap sertifikasi halal itu ribet, mahal, dan harus bolak-balik ke kantor. Padahal sekarang prosesnya sudah online dan ada pendamping.”*²⁶

Pandangan serupa disampaikan oleh Ibu Nur Aini, pelaku UMKM makanan ringan yang belum memiliki sertifikasi halal:

²⁵ Wawancara dengan Bapak Ahmad Fauzi (20 Juni 2025).

²⁶ Wawancara dengan Ibu Siti Rahmawati (10 Juni 2025).

“Saya bukan tidak mau mengurus halal, tapi bingung harus mulai dari mana. Takut salah, takut lama, dan takut keluar biaya besar.”²⁷

Temuan ini menunjukkan bahwa rendahnya partisipasi UMKM dalam sertifikasi halal bukan disebabkan oleh penolakan ideologis, melainkan oleh hambatan persepsional dan administratif. Dalam konteks teori kebutuhan Maslow, kebutuhan akan keamanan usaha (legalitas) belum menjadi prioritas karena pelaku UMKM masih berfokus pada pemenuhan kebutuhan dasar ekonomi harian.

3. Faktor-Faktor Penghambat Sertifikasi Halal pada UMKM

Penelitian ini mengidentifikasi beberapa faktor utama yang menghambat pelaku UMKM di Kabupaten Sampang dalam mengurus sertifikasi halal.

a. Kurangnya Informasi dan Literasi Prosedural

Meskipun sosialisasi telah dilakukan oleh pemerintah dan pendamping halal, informasi yang diterima pelaku UMKM belum sepenuhnya dipahami secara teknis. Banyak pelaku usaha tidak mengetahui alur pendaftaran, dokumen yang dibutuhkan, maupun peran BPJPH dan MUI dalam proses sertifikasi.

Menurut Bapak Moh. Hasan, selaku Pendamping Proses Sertifikasi Halal Kabupaten Sampang:

“Masalah utamanya itu bukan niat, tapi ketidaktahuan. Banyak UMKM tidak paham bahwa sekarang sertifikasi halal bisa didampingi dan gratis. Mereka juga tidak tahu bedanya BPJPH, MUI, dan pendamping halal.”²⁸

b. Ketakutan terhadap Konsekuensi Administratif dan Pajak

Sebagian pelaku UMKM masih memiliki kekhawatiran bahwa sertifikasi halal akan berdampak pada kewajiban pajak dan pengawasan ketat dari pemerintah.

Bapak Moh. Hasan menambahkan:

“Ada UMKM yang bilang, ‘kalau usaha saya disertifikasi halal, nanti ketahuan pajaknya’. Padahal itu persepsi yang keliru, tapi cukup kuat mempengaruhi keputusan mereka.”²⁹

Temuan ini menunjukkan bahwa rendahnya kesadaran sertifikasi halal juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial, khususnya ketidakpercayaan terhadap birokrasi.

c. Keterbatasan Waktu dan Sumber Daya

Sebagian besar UMKM di Kabupaten Sampang merupakan usaha mikro yang dikelola secara mandiri atau berbasis keluarga. Kondisi ini membuat pelaku usaha kesulitan meluangkan waktu untuk mengurus administrasi sertifikasi.

²⁷ Wawancara dengan Ibu Nur Aini (13 Juni 2025).

²⁸ Wawancara dengan Bapak Moh. Hasan (14 Juni 2025).

²⁹ Wawancara dengan Bapak Moh. Hasan (14 Juni 2025).

Ibu Nur Aini menyampaikan:

*“Saya mengurus produksi, jualan, belanja bahan sendiri. Kalau harus urus dokumen ke sana-sini, waktunya tidak ada.”*³⁰

4. Dampak Sertifikasi Halal bagi UMKM yang Telah Tersertifikasi

Penelitian ini juga menggali pengalaman pelaku UMKM yang telah memperoleh sertifikasi halal. Hasilnya menunjukkan bahwa sertifikasi halal memberikan dampak positif, baik dari segi kepercayaan konsumen maupun pengembangan usaha.

Bapak Abdul Karim, pelaku UMKM produk olahan yang telah bersertifikat halal, menyatakan:

*“Setelah ada sertifikat halal, konsumen lebih percaya. Produk saya bisa masuk ke toko yang lebih besar, bahkan ikut pameran. Secara penjualan juga meningkat.”*³¹

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa sertifikasi halal bukan sekadar kewajiban agama dan hukum, tetapi juga instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM. Dalam perspektif teori keunggulan kompetitif, sertifikasi halal berfungsi sebagai diferensiasi produk yang meningkatkan nilai tambah di mata konsumen.

5. Peran Pemerintah dan Pendamping Halal

Penelitian ini menemukan bahwa pemerintah daerah dan pendamping halal memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi UMKM. Namun, peran tersebut belum optimal karena keterbatasan sumber daya dan luasnya wilayah pendampingan.

Bapak Ahmad Fauzi menjelaskan:

*“Jumlah UMKM di Sampang sangat banyak, sementara pendamping terbatas. Kami sudah berupaya sosialisasi, tapi memang belum bisa menjangkau semuanya secara intensif.”*³²

Kondisi ini menunjukkan perlunya strategi yang lebih terstruktur, seperti pendekatan berbasis komunitas, kolaborasi dengan tokoh agama, serta integrasi sertifikasi halal dengan program pemberdayaan UMKM lainnya.

6. Strategi Peningkatan Kesadaran Sertifikasi Halal

Berdasarkan temuan penelitian, strategi peningkatan kesadaran sertifikasi halal bagi UMKM di Kabupaten Sampang perlu dilakukan melalui pendekatan yang komprehensif, meliputi:

1. Edukasi berkelanjutan yang tidak hanya bersifat sosialisasi, tetapi juga pendampingan praktis.
2. Penyederhanaan informasi melalui media yang mudah dipahami oleh pelaku UMKM.
3. Pendekatan kultural dan religius, melibatkan tokoh agama dan pesantren.
4. Penguatan peran pendamping halal dengan dukungan kebijakan dan anggaran yang memadai.

³⁰ Wawancara dengan Ibu Nur Aini (13 Juni 2025).

³¹ Wawancara dengan Bapak Abdul Karim (17 Juni 2025).

³² Wawancara dengan Bapak Ahmad Fauzi (20 Juni 2025).

Strategi ini sejalan dengan temuan empiris yang menunjukkan bahwa peningkatan kesadaran tidak cukup dilakukan melalui regulasi semata, tetapi membutuhkan pendekatan persuasif dan partisipatif. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa rendahnya kesadaran pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal di Kabupaten Sampang bukan disebabkan oleh penolakan terhadap nilai halal, melainkan oleh keterbatasan informasi, persepsi keliru, dan kendala struktural. Dengan strategi yang tepat dan kolaboratif, sertifikasi halal berpotensi menjadi instrumen penting dalam meningkatkan kualitas, kepercayaan, dan daya saing UMKM di Kabupaten Sampang.

PEMBAHASAN

1. Kesadaran Pelaku UMKM terhadap Sertifikasi Halal dalam Teori Perilaku Terencana

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesadaran pelaku UMKM di Kabupaten Sampang terhadap pentingnya sertifikasi halal masih relatif rendah. Meskipun mayoritas pelaku usaha memahami konsep halal secara normatif dan religius, pemahaman tersebut belum terwujud dalam tindakan nyata berupa pengurusan sertifikasi halal.

Fenomena ini dapat dianalisis menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB).³³ Menurut Ajzen, niat individu untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan *perceived behavioral control*. Dalam konteks penelitian ini, sikap pelaku UMKM terhadap konsep halal cenderung positif karena halal dipahami sebagai bagian dari kewajiban agama. Namun, norma subjektif belum terbentuk secara kuat karena tidak adanya tekanan sosial yang signifikan dari lingkungan sekitar, baik dari sesama pelaku UMKM, tokoh agama, maupun konsumen.

Selain itu, *perceived behavioral control* pelaku UMKM tergolong rendah. Pelaku usaha merasa tidak memiliki kemampuan dan sumber daya yang cukup untuk mengurus sertifikasi halal akibat keterbatasan informasi, pemahaman prosedur, serta kekhawatiran terhadap aspek administratif dan pajak. Kondisi ini memperkuat temuan bahwa kesadaran halal masih bersifat pasif dan belum berkembang menjadi kesadaran institusional yang mendorong kepatuhan terhadap regulasi halal.

2. Persepsi Negatif terhadap Sertifikasi Halal dan Teori Persepsi Risiko

Temuan lapangan menunjukkan adanya persepsi negatif pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal, yang dipandang sebagai proses rumit, merepotkan, dan berpotensi menimbulkan risiko finansial. Persepsi ini dapat dianalisis menggunakan **teori persepsi risiko** yang menjelaskan bahwa individu cenderung menghindari tindakan yang dipersepsikan memiliki risiko lebih besar dibandingkan manfaatnya.³⁴

Dalam konteks UMKM Sampang, risiko yang dipersepsikan meliputi kekhawatiran akan kewajiban pajak, pengawasan pemerintah, serta beban administrasi yang dianggap kompleks. Padahal, pemerintah telah menyediakan program sertifikasi halal gratis bagi UMKM. Namun, keterbatasan literasi kebijakan menyebabkan informasi tersebut tidak sepenuhnya dipahami dan dipercaya oleh pelaku usaha. Slovic, menegaskan bahwa persepsi

³³ Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

³⁴ Slovic, P. (1987). Perception of risk. *Science*, 236(4799), 280–285.

risiko tidak selalu didasarkan pada fakta objektif, tetapi dipengaruhi oleh pengalaman sosial, budaya, dan tingkat kepercayaan terhadap institusi.

Oleh karena itu, rendahnya kepercayaan pelaku UMKM terhadap kebijakan pemerintah turut memperkuat resistensi terhadap sertifikasi halal.

3. Kendala Sertifikasi Halal dalam Perspektif Teori Hierarki Kebutuhan Maslow

Kendala utama yang dihadapi pelaku UMKM dalam mengurus sertifikasi halal, seperti keterbatasan waktu, tenaga, dan sumber daya, dapat dijelaskan melalui Teori Hierarki Kebutuhan Maslow. Maslow, menyatakan bahwa individu akan memprioritaskan pemenuhan kebutuhan dasar sebelum beralih pada kebutuhan yang lebih tinggi.³⁵

Bagi pelaku UMKM mikro, fokus utama masih berada pada pemenuhan kebutuhan fisiologis dan keamanan ekonomi, seperti keberlangsungan usaha dan pendapatan harian. Sertifikasi halal dipersepsikan sebagai kebutuhan tingkat lanjut yang belum mendesak. Akibatnya, pelaku usaha cenderung menunda pengurusan sertifikasi selama usaha masih berjalan dan produk tetap diterima konsumen.

Dengan demikian, strategi peningkatan kesadaran sertifikasi halal perlu dikaitkan langsung dengan pemenuhan kebutuhan dasar pelaku UMKM, misalnya melalui bukti empiris bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan penjualan, memperluas pasar, dan menjamin keberlanjutan usaha.

4. Sertifikasi Halal sebagai Keunggulan Kompetitif UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal mengalami peningkatan kepercayaan konsumen dan penjualan. Temuan ini sejalan dengan teori keunggulan kompetitif Porter, yang menekankan pentingnya diferensiasi produk untuk memenangkan persaingan pasar.³⁶

Sertifikasi halal berfungsi sebagai bentuk diferensiasi non-harga yang meningkatkan nilai produk di mata konsumen. Dalam konteks masyarakat Muslim, label halal tidak hanya mencerminkan kepatuhan syariah, tetapi juga diasosiasikan dengan kualitas, kebersihan, dan keamanan produk.³⁷

Dengan demikian, sertifikasi halal memiliki nilai strategis yang dapat memperkuat posisi UMKM dalam rantai pasar halal nasional maupun global. Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya relevan dari sisi religius dan regulatif, tetapi juga sebagai instrumen pemasaran dan penguatan daya saing.

5. Peran Pemerintah dan Pendamping Halal dalam Perspektif Teori Pemberdayaan

Peran pemerintah daerah dan pendamping halal dalam meningkatkan kesadaran pelaku UMKM dapat dianalisis menggunakan teori pemberdayaan masyarakat. Menurut Zimmerman, pemberdayaan merupakan proses peningkatan kapasitas individu dan kelompok agar mampu mengontrol keputusan yang memengaruhi kehidupannya.³⁸

Pendampingan halal yang dilakukan secara langsung (jemput bola) terbukti efektif dalam membantu pelaku UMKM memahami proses sertifikasi. Namun, keterbatasan jumlah pendamping dan cakupan wilayah menjadi tantangan utama. Oleh karena itu, pemberdayaan

³⁵ Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.

³⁶ Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

³⁷ Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People's awareness on halal foods and products: Potential issues for policy-makers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, 3–25.

³⁸ Zimmerman, M. A. (2000). Empowerment theory: Psychological, organizational and community levels of analysis. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), *Handbook of community psychology* (pp. 43–63). Springer.

harus dilakukan secara kolaboratif dengan melibatkan tokoh agama, komunitas lokal, dan lembaga pendidikan agar tercipta ekosistem halal yang berkelanjutan.

Pendamping halal berperan sebagai agen perubahan yang tidak hanya membantu aspek teknis, tetapi juga membangun kesadaran, kepercayaan, dan motivasi pelaku UMKM untuk bertransformasi dari sektor informal menuju usaha yang legal dan berdaya saing.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa rendahnya kesadaran pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal di Kabupaten Sampang bukan disebabkan oleh penolakan terhadap nilai kehalalan, melainkan oleh keterbatasan informasi, persepsi keliru terhadap proses sertifikasi, serta kendala struktural dan administratif. Pelaku UMKM pada dasarnya memiliki sikap positif terhadap halal, namun belum didukung oleh pemahaman prosedural dan kontrol perilaku yang memadai.

Penelitian ini juga menemukan bahwa sertifikasi halal memberikan dampak positif bagi UMKM yang telah tersertifikasi, terutama dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk. Peran pemerintah dan pendamping halal sangat penting, namun perlu diperkuat melalui strategi yang lebih terstruktur dan kolaboratif. Dengan pendekatan edukatif, persuasif, dan berbasis kebutuhan pelaku UMKM, sertifikasi halal berpotensi menjadi instrumen strategis dalam penguatan ekonomi lokal di Kabupaten Sampang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, beberapa saran dapat diajukan. Pertama, pemerintah daerah perlu meningkatkan intensitas dan kualitas sosialisasi sertifikasi halal melalui pendekatan yang lebih praktis dan mudah dipahami, serta memanfaatkan media digital dan komunitas lokal. Kedua, perlu dilakukan penguatan peran pendamping halal, baik dari segi jumlah maupun kapasitas, agar pendampingan dapat dilakukan secara lebih intensif dan merata.

Ketiga, pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal tidak hanya sebagai kewajiban agama dan hukum, tetapi juga sebagai strategi pengembangan usaha. Keempat, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji aspek kuantitatif, seperti pengaruh sertifikasi halal terhadap peningkatan omzet UMKM, atau melakukan perbandingan antar daerah untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengambilan kebijakan yang lebih efektif dan berkelanjutan.

DAFTAR RUJUKAN

- Adiyanto, M. R., & Amaniyah, E. (2023). Tingkat kesadaran sertifikat halal pelaku UMK di Pulau Madura. *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 94–101.
- Ahmad Haikal Hasan. (2025) BPJPH Buka Kuota 1 Juta Sertifikasi Halal Gratis Tahun 2025 bagi Pelaku UMK. 20 April 2025. <http://www.bpjph.halal.go.id/>.
- Ariska, N., et al. (2024). Implementasi proses sertifikasi halal self declare dalam mendukung pertumbuhan UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat*, 4(4), 807–815.
- Bloom, B. S. (1956). *Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals*. Longman.

- Darmalaksana, W., & Ratnasih, T. (2016). Respon pelaku usaha dalam penerimaan kebijakan sertifikasi halal. Sentra Publikasi Indonesia.
- Faraby, M. E., et al. (2023). Pendampingan sertifikasi halal pelaku UMK produk makanan dan minuman. *Community Development Journal*, 4(2), 1362–1369.
- Herzberg, F. (1959). *The motivation to work*. John Wiley & Sons.
- Jamaluddin, J., et al. (2022). The problems of implementing halal certification through the self-declaration program for MSMEs in Indonesia. *International Journal of Advances in Social and Economics*, 4(1), 30–36.
- Lada, S., Tanakinjal, G. H., & Amin, H. (2009). Predicting intention to choose halal products. *Journal of Islamic Marketing*, 1(1), 66–76.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- Putro, H. S., et al. (2022). Peningkatan nilai produk dan pendampingan sertifikasi halal UMKM. *Sewagati*, 6(3).
- Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Wibowo, D. E., et al. (2023). Halal certification challenges in MSMEs. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 25, 1–13.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Lexy J. Moleong (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Suharsimi Arikunto (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Soekanto, S. (2012). *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers
- Widjajaya, A. (2010). *Kesadaran Hukum*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People's awareness on halal foods and products: Potential issues for policy-makers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, 3–25. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1104>
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Slovic, P. (1987). Perception of risk. *Science*, 236(4799), 280–285.
- Zimmerman, M. A. (2000). Empowerment theory: Psychological, organizational and community levels of analysis. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), *Handbook of community psychology* (pp. 43–63). Springer.
- Nuzhuliya Mega Avifa, et al. (2025) Peran Sertifikasi Halal Dalam Peningkatan Daya Saing Produk Makanan Indonesia Di Pasar Global. *Jurnal Media Akademik (JMA)*. Vol.3, No.11 November 2025.
- Sinta, P., Mawardi, M., & Albab, U. (2025). Dampak Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Mikro Di Bandar Lampung. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 8(1), 17-25.
- Wawancara dengan Abd. Wahab (20 Juni 2025).
- Wawancara dengan Bapak Ahmad Fauzi (20 Juni 2025).
- Wawancara dengan Bapak Abdul Karim (17 Juni 2025).
- Wawancara dengan Ibu Nur Aini (13 Juni 2025).
- Wawancara dengan Bapak Moh. Hasan (14 Juni 2025).

Wawancara dengan Ibu Siti Rahmawati (10 Juni 2025).