



ANALISIS DAMPAK SERTIFIKASI LABELISASI HALAL TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI BANGKALAN

Hilma Harmen¹, Riza Indriani², Fikri Alfahmi³, Alexander Sebastian⁴, Okta Viani Kristin⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Negeri Medan

hilmaharmen@unimed.ac.id¹, rizaindriani@unimed.ac.id²,
fikrialfahmi.7233210010@mhs.unimed.ac.id³,
alexander.7233210018@mhs.unimed.ac.id⁴,
oktaviani.7233210015@mhs.unimed.ac.id⁵,

Abstract

Penelitian ini berfokus pada mengkaji pengaruh sertifikasi label halal terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Bangkalan. Meski label halal diyakini mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas cakupan pemasaran, serta mendorong loyalitas pelanggan, kenyataannya masih banyak pelaku UMKM yang belum memasang label halal pada produknya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan proses pengumpulan data melalui berbagai jurnal ataupun studi kasus yang relevan. Data penelitian yang telah tervalidasi mengungkapkan bahwa 16,6% pelaku usaha menganggap diperbolehkan mencantumkan logo halal sebelum mendapatkan sertifikasi halal resmi, dengan dalih bahan yang digunakan berasal dari sumber halal. Kondisi ini menyebabkan beredarnya produk dengan label halal palsu. Hanya sebagian kecil, yaitu 26,6% pelaku usaha di Bangkalan, yang mengetahui adanya sanksi hukum terkait penggunaan label halal palsu. Pemberian labelisasi halal terbukti berperan signifikan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta membangun citra dan kualitas produk UMKM. Oleh karena itu, diperlukan upaya sosialisasi dan fasilitasi dari pemerintah kepada pelaku UMKM untuk mendapatkan sertifikasi halal secara resmi, serta penegakan hukum guna memberikan efek jera bagi pelaku pelanggaran.

Keywords: UMKM, Labelisasi Halal, Loyalitas Konsumen.

PENDAHULUAN

Berwirausaha pada saat ini menjadi salah satu pilihan yang terbaik kepada setiap orang dalam mencari suatu pekerjaan. Hal ini terjadi karena ketersediaan lapangan pekerjaan yang masih terbilang sedikit dibandingkan dengan jumlah penduduk yang tentunya akan meningkatkan angka pengangguran. Selain itu, penghasilan yang ditimbulkan dari berwirausaha cukup menjanjikan. Untuk menekan angka tingkat pengangguran salah satu upaya yang dapat diterapkan adalah dengan mendukung pengembangan sektor UMKM (usaha, mikro, kecil, dan menengah). Pelaku usaha di bidang ini memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru dan memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi produktif. Prasetyo Yuwinanto menyatakan UMKM merupakan kontributor utama dalam Pembangunan nasional serta memiliki peran yang sangat signifikan dalam menekan angka pengangguran di Indonesia dengan menyediakan lapangan pekerjaan (Chusna, Rachma and Hertati, 2022).

Berdasarkan data yang berasal dari Kadin Indonesia (Indonesian Chamber of Commerce and Industry) pada tahun 2021 pelaku usaha UMKM mencapai angka 65,46 juta berbanding terbalik dengan kontribusi UMKM pada tahun 2023 mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) setara dengan Rp. 9.580 triliun dengan jumlah angka pelaku usaha mencapai sekitar 66 juta. Dengan kata lain pada tahun 2023 terjadi peningkatan pelaku usaha UMKM di Indonesia. UMKM memproduksi berbagai jenis produk terutama pada bagian olahan pangan. Produk olahan pangan yang telah diproduksi oleh UMKM ini sebagian besar sudah berlabel halal. Ahmad Hidayat Buang menyatakan pemberian sertifikasi label halal merupakan faktor penting dalam memperluas pemasaran produk dan memberikan rasa kepercayaan, aman, dan produk yang berkualitas kepada setiap konsumen (Puspaningtyas and Putri, 2019).

Dengan adanya sertifikasi label halal produk pangan UMKM dapat diterima masyarakat luas, terutama bagi para konsumen muslim yang menjadi mayoritas penduduk di Indonesia. Pemberian label halal menjadi jaminan dalam memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan dan kepastian ketersediaan produk bagi para konsumen dalam mengonsumsi suatu produk (Salam and Makhtum, 2022). Selain itu, pemberian label halal membuktikan bahwa produk telah melalui proses produksi yang terjamin kehalalannya seperti dalam penggunaan bahan-bahan produksi tidak menggunakan daging babi dan alkohol ataupun bahan lainnya sehingga bebas dari segala penggunaan bahan-bahan yang diharamkan dalam syariat Islam. Adilmi menyatakan bahwa sertifikasi halal memberikan pengaruh positif terhadap minat membeli suatu produk (Rido and Sukmana, 2021).

Keberadaan label halal pada produk olahan pangan para pelaku usaha UMKM sangat lah memberikan keuntungan baik dari segi kualitas produk, perluasan pangsa pasar, citra merek, hingga loyalitas konsumen terhadap suatu produk.

Labelisasi halal dapat menjadi nilai tambah bagi citra merek produk UMKM karena konsumen akan cenderung mudah mengingat produk yang memiliki labelisasi halal sehingga para konsumen cenderung akan loyal terhadap suatu produk tersebut. Nur menyatakan dengan adanya produk berlabel halal maka memudahkan para pelaku UMKM dalam memperluas pemasaran produknya (Ragil Anandita et al., 2022). Tidak hanya konsumen muslim didalam negeri tetapi juga konsumen muslim diluar negeri semakin sadar akan pentingnya dalam mengkonsumsi produk halal. Oleh karena itu, pemberian labelisasi halal menjadi peran penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pemasaran para pelaku usaha UMKM. Dengan mendapatkan sertifikasi halal, produk-produk UMKM akan lebih mudah diterima dipasar yang semakin sadar akan pentingnya kehalalan.

Meski label halal diyakini dapat meningkatkan citra, memperluas jangkauan pemasaran, serta loyalitas dan kepercayaan konsumen, pada kenyataannya masih banyak terdapat sejumlah pelaku usaha UMKM yang belum mencantumkan labelisasi halal pada produk mereka. Hal ini di buktikan dengan hasil penelitian yang telah tervalidasi mengungkapkan 16,6% pelaku usaha pangan olahan UMKM di wilayah Bangkalan menyatakan diperbolehkan mencantumkan logo halal pada produk mereka sebelum mendapatkan sertifikasi halal resmi, dengan dalih bahwa bahan yang digunakan berasal dari sumber halal. Anggapan ini yang kemudian menyebabkan maraknya peredaran produk dengan pemberian labelisasi halal palsu, yang disematkan pada kemasan produk yang belum mendapatkan sertifikat halal resmi. Sayangnya, kesadaran mengenai pentingnya sertifikasi halal dan konsekuensi hukum dari penggunaan label halal palsu masih rendah (Qomaro, 2023).

Kondisi ini tentunya sangat mengkhawatirkan, mengingat betapa pentingnya label halal bagi para konsumen khususnya konsumen muslim dalam memastikan kehalalan suatu produk. Pemberian labelisasi halal pada kemasan produk memberikan jaminan bahwa produk tersebut telah melalui proses produksi yang sesuai dengan standar kehalalan, mulai dari bahan baku, proses pengolahan, hingga pengemasan suatu produk. Labelisasi halal menjadi aspek penting bagi para konsumen dalam memilih suatu produk, konsumen akan lebih percaya dan yakin untuk membeli produk-produk olahan pangan yang telah memiliki sertifikasi label halal pada usahanya. Tentunya hal ini sejalan dengan penelitian yang telah tervalidasi



menyatakan bahwa penggunaan labelisasi halal dan merek berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan oleh konsumen muslim di Magelang (Pratama and Nurcahya, 2022).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan jurnal ini, menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu literatur, Penelitian deskriptif kualitatif ialah metode penelitian yang dimana proses pengumpulan data nya hanya berupa kata-kata dan bukan angka (Lubis, 2024; Lubis & Ritonga, 2023). Studi literatur atau studi kepustakaan merupakan proses pengumpulan, penelaahan, dan analisis kepustakaan yang berkaitan dengan topik penelitian yang dilakukan

Studi literatur atau studi pustaka ialah istilah lain dari tinjauan pustaka, kajian teori, dasar pemikiran, tinjauan pustaka, tinjauan teori. Penelitian kepustakaan mengacu pada penelitian yang dilakukan semata-mata berdasarkan karya tulis, baik penelitian yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan (Melfianora, 2019). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan tinjauan mendalam atas berbagai sumber kepustakaan dengan menelusuri beragam referensi dari jurnal-jurnal bereputasi yang tersedia secara daring. Salah satu sumber utama yang dimanfaatkan adalah mesin pencari akademik Google Scholar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Para pelaku usaha UMKM khususnya yang bergerak dalam bidang olahan pangan sangat memerlukan penggunaan labelisasi halal pada setiap produk yang diperjual belikan. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan kepastian akan keamanan penggunaan bahan-bahan yang ada didalam suatu produk. Penggunaan labelisasi halal sangat penting bagi para konsumen khususnya konsumen beragama muslim untuk memastikan keamanan dan mutu produk pangan. Pemerintah Indonesia juga telah mewajibkan penggunaan label sebagai bentuk informasi kepada konsumen atas suatu produk pangan. Namun, masih banyak pelaku usaha yang tidak melakukan prosedur penjaminan keamanan dan mutu produk pangan terutama pada wilayah Bangkalan yang masih minimnya mengetahui bagaimana pentingnya penggunaan labelisasi halal pada setiap produk yang diperjual belikan oleh para pelaku usaha UMKM. Oleh karena itu, perlu diselenggarakan suatu sistem pangan yang memberikan perlindungan bagi pihak yang memproduksi maupun yang mengkonsumsi pangan. Dari penelitian yang penyusun lakukan ada beberapa dampak yang signifikan apabila perusahaan menerapkan hal tersebut diantaranya sebagai berikut.



Sertifikasi Halal

Keberadaan sertifikasi halal pada suatu produk olahan pangan UMKM yang dipasarkan kepada setiap konsumen merupakan salah satu aspek penting yang perlu diterapkan. Sertifikasi halal merupakan tanda pengenal produk yang telah memenuhi persyaratan halal (Armini et al., 2021). Sertifikasi halal diwujudkan dalam bentuk label, logo, ataupun tulisan yang tercantum dalam kemasan dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang ataupun kombinasi dari keduanya yang telah teruji kebenarannya.

Pemberian sertifikasi halal ini tentunya memberikan banyak manfaat terutama dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang diperjual belikan sehingga omset penjualan otomatis akan terus meningkat (Widiati and Azkia, 2023). Para konsumen terutama konsumen di negara Indonesia dengan mayoritas umat muslim akan merasa tenang dan terjamin terhadap kandungan dan bahan-bahan yang digunakan didalam suatu produk olahan pangan tersebut. Proses dalam memperoleh sertifikasi halal melalui beberapa tahapan pemeriksaan yang membutuhkan bahwa proses pelaksanaan produksi, sistem jaminan halal, dan penggunaan bahan baku yang harus memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetik MUI).

Di Indonesia pemberian sertifikasi halal pada setiap produk telah diatur landasan hukum dalam undang-undang nomor 11 tahun 2020 mengenai cipta kerja. Yang dimana didalam undang-undang secara tegas mengamanatkan kepada setiap para pelaku usaha UMKM diwajibkan dalam memperoleh sertifikasi halal bagi setiap produk olahannya sebagai bukti dan sebagai kepastian bahwa produk yang dihasilkan telah memenuhi standar yang telah ditetapkan (Anam et al., 2023). Selain itu landasan hukum mengenai sertifikasi halal diatur dalam undang-undang nomor 33 tahun 2014 mengenai jaminan produk halal yang telah diproduksi oleh setiap pelaku usaha.

Dampak Pemberian Label Halal Terhadap Loyalitas Dan Kepercayaan Konsumen.

Loyalitas dan kepercayaan pelanggan merupakan dua hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan atau bisnis. Menurut Sodikin dan Hidayat, kepercayaan terhadap keamanan dan kelestarian produk juga menjadi faktor penting (Hilmi, Qurtubi and Subagja, 2023). Loyalitas dan kepercayaan pelanggan saling berkaitan erat. Pelanggan yang percaya pada suatu produk atau layanan cenderung menjadi loyal dikarenakan produk yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan dan aman untuk digunakan ataupun dikonsumsi, sedangkan pelanggan yang loyal cenderung akan memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap produk yang



dihasilkan oleh setiap pelaku usaha.

Dengan membangun loyalitas dan kepercayaan pelanggan, para pelaku usaha dapat mempertahankan pelanggan yang ada, menarik pelanggan baru, serta meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan bisnis. Pelanggan akan selalu kembali membeli produk yang terdapat pada UMKM apabila para pelaku usaha ini dapat memberikan kualitas yang baik sesuai dengan ekspektasi mereka. Menurut Tjiptono loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok dan didasarkan pada sikap yang sangat positif, yang tercermin dalam pembelian berulang yang konsisten (Anggraini and Suryoko, 2018).

Labelisasi halal mencakup aspek agama, etika, dan kesehatan yang semuanya dapat memberikan dampak signifikan terhadap preferensi konsumen dan keputusan pembelian (Hilmi, Qurtubi and Subagja, 2023). Jadi, sertifikasi halal merupakan faktor penting yang dapat mendorong loyalitas konsumen, terutama bagi konsumen beragama muslim yang mementingkan kehalalan produk. Namun, loyalitas konsumen juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, salah satunya sertifikasi halal pada produk. Maka dari itu sangat penting sekali untuk para pelaku usaha memiliki sertifikasi halal serta memberikan kualitas produk yang baik, dengan kepercayaan yang terbangun melalui sertifikasi halal dan kualitas produk yang terjaga, konsumen akan merasa aman dan nyaman untuk terus menggunakan produk tersebut, bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Hal inilah yang kemudian akan menciptakan loyalitas konsumen terhadap produk yang diproduksi, yang merupakan aspek penting dan aset berharga bagi keberlangsungan dan pertumbuhan usaha.

Kualitas yang terbaik berarti mampu memenuhi dan memuaskan harapan konsumen, dan produk yang berkualitas tinggi dapat memberikan ketenangan pikiran konsumen pada saat mengkonsumsinya. Adanya labelisasi halal nyatanya telah meningkatkan hasil penjualan. Label halal dinilai dapat menambah jumlah pelanggan. Produk pangan yang memiliki labelisasi halal tidak hanya dicari oleh pelanggan muslim tetapi juga non muslim. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nurrachmi and Setiawan, 2020) hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kepercayaan terhadap sertifikasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dan konsumen cenderung melakukan pembelian secara berulang, karena konsumen yakin bahwa produk yang dibelinya aman untuk dikonsumsi dan tidak menimbulkan bahaya.

Hal ini pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, Menurut Oktaniar keberadaan logo halal yang tercantum pada kemasan produk akan memberikan dampak positif secara langsung terhadap tingkat kepuasan konsumen dan keputusan mereka untuk membeli produk



tersebut, terutama bagi konsumen yang beragama Islam (Hilmi, Qurtubi and Subagja, 2023). Pelanggan yang puas cenderung tetap setia dan dapat diandalkan untuk membeli produk berulang kali, dan ketika konsumen puas, mereka bersedia membayar harga yang lebih tinggi jika kualitas produk dan keamanan produk terbukti.

Dampak Pemberian Labelisasi Halal Terhadap Citra Produk.

Produk yang memiliki labelisasi halal dapat sangat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap merek tersebut. Persepsi konsumen terhadap produk dibentuk oleh gabungan pengalaman mereka dengan fitur, atribut, dan kinerjanya. Label halal merupakan salah satu faktor penting yang dapat membentuk citra positif produk, terutama bagi pelanggan yang mengutamakan kehalalan. Labelisasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keamanan produk dan kenyamanannya. Studi yang dilakukan oleh Gusman, Ramadhani, Lia, Ibdalsyah, dan Hakiem menemukan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Kusdiana, 2023). Oleh karena itu, sertifikasi label halal dapat menjadi alat pemasaran yang bagus bagi produsen untuk membuat barang mereka lebih enak dipandang dan menarik konsumen.

Meskipun citra merek mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli sesuatu, namun tidak adanya labelisasi halal pada produk dapat menimbulkan masalah yang berbeda (Kusdiana, 2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa label halal dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Konsumen mungkin ragu untuk membeli barang-barang yang tidak memiliki sertifikat halal, yang merupakan bukti halal yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) atas dasar fatwa halal MUI. Hal ini berpotensi mengurangi keuntungan dan pangsa pasar (Etik Sulistyorini, Mohammad Zainul Maarif and Nimas Ratna Sari, 2023). Selain itu, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sering mengalami kesulitan dalam memenuhi persyaratan untuk produk halal dan proses pengendalian sertifikasi halal, yang dapat menghambat mereka dalam mengelola sertifikat labelisasi halal dan mengakibatkan sulitnya menjangkau pelanggan yang semakin menyadari pentingnya mengonsumsi produk halal.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah tervalidasi (Maharani, Amir and Wijayati, 2024) menyatakan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dari objek penelitian yaitu rujak Cak Mimin. Citra merek Cak Mimin telah dibangun dengan sangat baik sehingga menunjukkan adanya pengaruh positif antara citra merek terhadap kepuasan konsumen. Konsumen merasa mudah dalam menangkap informasi pada atribut merek, dan mempercayai produk Cak Mimin karena sudah terdapat label halal dan BPOM sehingga produk sudah



terjamin aman dikonsumsi. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa citra merek berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dampak Pemberian Labelisasi Halal Terhadap Perluasan Pangsa Pasar

Perkembangan dan kemajuan suatu perusahaan banyak ditentukan oleh kemampuan manajemennya dalam melaksanakan tugas dan fungsinya sesuai dengan tujuan organisasi. Selain itu, saat ini dunia usaha telah mengalami banyak sekali perkembangan yang pesat, mengakibatkan para persaingan di dalam dunia usaha harus mampu bersaing dengan ketat untuk memperebutkan pangsa pasar harus bisa menguasai dunia usaha (Yuliana, 2013). Kegiatan penjualan sangat diperlukan oleh sebuah perusahaan sebab kegiatan ini memegang peranan penting agar aktivitas penjualan dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan dan yang diinginkan. Dengan sertifikat halal, diharapkan adanya peningkatan volume penjualan yang diikuti dengan meningkatnya pendapatan perusahaan dan untuk kemajuan perusahaan.

Sertifikat halal menjadi suatu komodifikasi yang sangat signifikan terhadap produksi dan perluasan pangsa pasar suatu produk. Sertifikat halal penting diperoleh pelaku usaha, karena mampu meningkatkan dan memperluas pangsa pasar. Jika kewajiban sertifikat halal dapat diterima dan terlaksana dengan baik oleh semua pelaku usaha, bahkan pangsa pasar dapat meluas ke pasar global. Menurut Abadi proses sertifikasi halal terbukti bisa memicu nilai tambah produk pangan serta berperan penting dalam menaikkan pangsa pasar baik menurut domestik ataupun pasar ekspor terutama di negara dengan mayoritas penduduk Muslim (Triana, 2021). Namun, ada kalanya sertifikasi halal justru dapat menimbulkan dampak negatif terhadap pangsa pasar. Sertifikasi halal bisa memicu persepsi negatif pada konsumen non-Muslim, seperti anggapan bahwa produk halal lebih mahal atau berkualitas rendah (Vizano, Khamaludin and Fahlevi, 2021). Hal ini dapat berakibat pada terhambatnya pemasaran serta penurunan niat beli mereka terhadap produk halal.

Dengan adanya pemberian sertifikasi halal pada produk dapat memicu nilai tambah produk pangan dan juga dapat menaikkan pangsa pasar baik domestik. Seperti yang dikemukakan oleh Bedard (2022), State Of the Global Islamic Economy Report 2022 merilis nilai ekonomi dari pasar halal dunia yang mencapai 2 triliun dollar pada tahun 2021. Nilai ekonomi halal yang besar ini tentu akan memberikan keuntungan bagi para produsen yang telah memiliki sertifikat halal. Selain itu, sertifikasi halal ini juga bisa meningkatkan kemampuan produk untuk masuk pasar negara muslim. Menurut Tarmiji mengeksport produk yang bersertifikat halal akan lebih



mudah diterima bagi negara yang mayoritas penduduknya muslim seperti Arab Saudi, Brunei Darussalam, Turki, Kazakhstan, Malaysia dan negara lainnya. Bahkan negara non-muslim juga menerima produk yang tersertifikasi halal karena melihat nilai ekonomi yang dihasilkan (Hasibuan, 2023).

Dampak Pemberian Labelisasi Halal Terhadap Kualitas Produk

Meningkatkan kualitas produk merupakan kunci penting bagi pelaku usaha, terutama UMKM, untuk mencapai kesuksesan dan keberlanjutan bisnis. Produk berkualitas baik tidak hanya menjamin kepuasan konsumen, tetapi juga berpengaruh terhadap persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Sesuai dengan pendapat Suci Widyawati dalam (Edriani, 2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk, harga, dan nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Salah satu aspek penting dalam menilai bahwa produk UMKM berkualitas baik adalah kehalalan dari produk tersebut. Selain itu juga kemasan produk memiliki peranan penting yang mencakup berbagai aspek. Tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk dari kerusakan, benturan, maupun kontaminasi selama distribusi dan penyimpanan, kemasan juga berperan dalam membentuk identitas dan citra produk. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk, sehingga mampu memikat minat konsumen.

Kemasan dapat terbuat dari berbagai jenis bahan, seperti plastik, kertas, logam, dan kaca, dan dapat dirancang dengan berbagai bentuk dan ukuran sesuai dengan produk yang dikemas. Kemasan yang efektif dan menarik dapat membantu meningkatkan penjualan dan memperkuat brand awareness suatu produk (Marta KN Pasaribu, 2023). Hal tersebut menjadi sesuatu yang utama karena dengan adanya kemasan yang baik dan memiliki sertifikasi halal pada produk memungkinkan untuk menarik minat konsumen serta mengakibatkan kepercayaan pada produk layak dikonsumsi.

Tetapi tidak banyak pelaku UMKM yang mencantumkan logo halal pada produk UMKM mereka namun pelaku UMKM tersebut belum mendapatkan sertifikasi halal. Seperti halnya yang terdapat pada produk di daerah Bangkalan yang menganggap bahwa bahan yang mereka gunakan adalah halal sehingga mereka menggunakan label halal palsu pada produknya. Selain itu masih banyak pelaku UMKM daerah Bangkalan yang belum mengetahui sanksi yang timbul atas penggunaan label halal pada produk. Mereka berdalih bahwa apabila konsumen meragukan produk mereka maka mereka akan menunjukkan proses dari pengelolaan bahan hingga menjadi produk jadi kepada konsumen.

Oleh karena itu, pemberian sertifikasi label halal itu penting karena dengan adanya labelisasi halal maka otomatis kualitas produk yang



diberikan oleh UMKM sudah sesuai dengan standar kelayakan produk. Selain itu dengan labelisasi halal membuat produk menarik minat konsumen untuk membelinya. Hal didukung dengan perkataan menurut setyaningsih dan marwansyah (Cahyani, Andrian and Sumantyo, 2023). Kebanyakan konsumen mempercayai produk halal karena perkataan penjual atau karena logo Halal dari usaha tersebut.

KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis dampak sertifikasi label terhadap perkembangan UMKM di Bangkalan. Penelitian menunjukkan bahwa pemberian labelisasi halal berdampak positif terhadap produk olahan pangan yang dilakukan oleh para pelaku usaha. Sertifikasi halal memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Bangkalan. Sertifikasi halal dianggap penting karena dapat meningkatkan kepercayaan dan kesetiaan konsumen terhadap produk UMKM. Produk yang berkualitas dan kemasan yang menarik juga berperan penting dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan produk UMKM.

Namun, masih terdapat sejumlah pelaku UMKM di Bangkalan yang belum mencantumkan label halal pada produk mereka, bahkan ada yang menggunakan label halal palsu tanpa sertifikasi resmi. Kesadaran tentang pentingnya sertifikasi halal dan konsekuensi hukum dari penggunaan label halal palsu masih rendah di kalangan pelaku UMKM. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal memiliki peran penting dalam perkembangan UMKM di Bangkalan, namun kesadaran dan pemahaman mengenai pentingnya sertifikasi halal masih perlu ditingkatkan di kalangan pelaku UMKM.

REFERENSI

- Anam, M.K. et al. (2023) 'Sosialisasi Program Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada Produk UMKM di Desa Jerukwangi', *Welfare: Jurnal ...*, 1(4), pp. 728–732. Available at: <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/699%0Ahttps://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/download/699/469>.
- Anggraini, N.P. and Suryoko, S. (2018) 'Pengaruh Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen Kosmetik Sariayu di Kota Semarang)', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), pp. 359–369. Available at: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jjab/article/view/21052>.



- Armini, E. (2021) 'Sertifikat Halal Menjadi Strategi Pemasaran Bagi Umkm Nonmuslim dalam Meningkatkan Penjualan', Analisis Pengetahuan Keuangan, Kepribadian Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan, 11(1), pp. 192–201. Available at: https://journals.ekb.eg/article_243701_6d52e3f13ad637c3028353d08aac9c57.pdf.
- Cahyani, R., Andrian, A. and Sumantyo, F.D.S. (2023) 'Peran Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon Bekasi', Jurnal Economina, 2(9), pp. 2258–2273. Available at: <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.747>.
- Chusna, N., Rachma, A. and Hertati, D. (2022) 'Pendampingan Sertifikat Halal Pada Umkm Sektor Kuliner Di Kelurahan Penjaringan Sari Kecamatan Rungkut Kota Surabaya', ATDS Saintech Journal of Engineering, 3(1), pp. 89–96.
- Edriani, D. (2021) 'Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen', Jurnal Ekobistek, pp. 132–135. Available at: <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.114>.
- Etik Sulistyorini, Mohammad Zainul Maarif and Nimas Ratna Sari (2023) 'Peningkatan Branding Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Pemenuhan Legalitas Standar Keamanan Pangan dan Sertifikasi Halal Produk.', Padma, 3(2), pp. 50–59. Available at: <https://doi.org/10.56689/padma.v3i2.1127>.
- Hasibuan, T.U.S. (2023) 'Kewajiban Produk Bersertifikat Halal Dalam Memperluas Pangsa Pasar (Tinjauan Teori Sosial Weber)', LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal, 3(1), pp. 45–56. Available at: <https://doi.org/10.15575/likuid.v3i1.23679>.
- Hilmi, A., Qurtubi, A.N. and Subagja, A.Z. (2023) 'Kepercayaan Konsumen Terhadap Label Halal dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian', Jurnal Ilmiah Hukum Ekonomi Syariah, 1(1), pp. 19–32.
- Kusdiana, Y. (2023) 'Keputusan Pembelian: Label Halal, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Kfc Giant Pekanbaru)', Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi, 2(2), pp. 27–34. Available at: <https://doi.org/10.59066/jmae.v2i2.403>.
- Lubis. Y. W (2023). Pembentukan Karakter Unggul: Analisis Optimalisasi Pendidikan Melalui Organisasi Siswa Intra Madrasah (OSIM) Di MAN 2 Deli Serdang. Bersatu: Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika, 2(1), 274-282. <https://doi.org/10.51903/bersatu.v2i1.554>
- Maharani, C.S., Amir, I.T. and Wijayati, P.D. (2024) 'Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk UMKM Bumbu Rujak Manis Cak Mimin', Jurnal Ilmiah Respati, 15(1), pp. 94–115. Available at: <https://doi.org/10.52643/jir.v15i1.3643>.



- Melfianora (2019) 'Penulisan Karya Tulis Ilmiah dengan Studi Literatur', *Open Science Framework*, pp. 1–3.
- Nurrachmi, I. and Setiawan, S. (2020) 'Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Halal', *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 7(2), pp. 126–137. Available at: <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v7i2.3521>.
- Pratama, S.A. and Nurcahya, Y.A. (2022) 'Pengaruh Labelisasi Halal Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Konsumen Muslim Di Magelang', *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 19(01), pp. 141–150. Available at: <https://doi.org/10.25134/equi.v19i01.4847>.
- Puspaningtyas, M. and Putri, D.M. (2019) 'Sertifikat halal bagi produk makanan dan minuman untuk meningkatkan citra umkm di kabupaten blitar'.
- Qomaro, G.W. (2023) 'Tanggung Jawab Hukum Labelisasi Halal Pelaku Umkm Pangan Olahan Kemasan Di Bangkalan', *Al-Ulum Jurnal Pemikiran dan Penelitian ke Islaman*, 10(1), pp. 51–63. Available at: <https://doi.org/10.31102/alulum.10.1.2023.51-63>.
- Ragil Anandita, S. et al. (2022) 'Peningkatan Daya Saing Produk Pelaku Industri Makanan Olahan UMKM melalui Pelatihan Sertifikasi Halal dan BPOM', *Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), pp. 183–187.
- Rido, M. and Sukmana, A.H. (2021) 'Urgensi Sertifikasi Halal Bagi Bisnis Umkm', *JOURNAL of APPLIED BUSINESS and BANKING (JABB)*, 2(2), pp. 129–142. Available at: <https://doi.org/10.31764/jabb.v2i2.5644>.
- Salam, D.Q.A. and Makhtum, A. (2022) 'Implementasi Jaminan Produk Halal Melalui Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Umkm Di Kabupaten Sampang', *Qawwam : The Leader's Writing*, 3(1), pp. 10–20. Available at: <https://www.jurnalfuad.org/index.php/qawwam/article/view/110>.
- Triana, U. (2021) 'Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra merek Produk Terhadap Minat Beli Produk makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Malang)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), p. 3. Available at: <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7711>.
- Vizano, N.A., Khamaludin, K. and Fahlevi, M. (2021) 'The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia', *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), pp. 441–453. Available at: <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0441>.
- Widiati, S. and Azkia, L.I. (2023) 'Strategi Pengembangan Usaha Dan Peran Sertifikasi Halal Produk Pangan Lokal Umkm Dalam Menunjang



- Ketahanan Pangan Tingkat Rumah Tangga', *Sebatik*, 27(1), pp. 398–406. Available at: <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2275>.
- Yudha Wijaya Lubis. (2023). Pembentukan Karakter Unggul: Analisis Optimalisasi Pendidikan Melalui Organisasi Siswa Intra Madrasah (OSIM) Di MAN 2 Deli Serdang. *Bersatu: Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika*, 2(1), 274-282. <https://doi.org/10.51903/bersatu.v2i1.554>
- Yuliana, A. (2013) 'Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Tingkat Penjualan Ayam Segar PT. Adil Mart Pontianak', *Jurnal Ekonomi Integra*, III, pp. 48–57.

