



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah  
ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)  
Accredited No. 204/E/KPT/2022  
DOI: <https://doi.org/10.30651/jms.v11i1.30826>  
Volume 11, No. 1, 2026 (409 - 419)

---

# ANALISIS LABELISASI HALAL DALAM PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN PADA UMKM KOTA BENGKULU

**Fadillah Alfatihah<sup>1</sup>, Asnaini<sup>2</sup>, Eeng Juli Efrianto<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno  
Bengkulu

[fadillahalfatihah461@gmail.com](mailto:fadillahalfatihah461@gmail.com)<sup>1</sup>, [asnaini@mail.uinfasbengkulu.ac.id](mailto:asnaini@mail.uinfasbengkulu.ac.id)<sup>2</sup>,  
[eeng.efrianto@mail.uinfasbengkulu.ac.id](mailto:eeng.efrianto@mail.uinfasbengkulu.ac.id)<sup>3</sup>

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan labelisasi halal pada produk makanan dan minuman UMKM di Kota Bengkulu, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keputusan pelaku usaha dalam sertifikasi halal, serta menganalisis dampaknya terhadap kepercayaan konsumen dan daya saing produk. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan *field research* melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan terdiri dari tujuh pelaku UMKM yang telah melalui proses sertifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha memiliki pemahaman yang baik mengenai prosedur sertifikasi, meskipun masih membutuhkan pendampingan teknis. Faktor internal seperti modal, komitmen, dan kesadaran, serta faktor eksternal berupa tren pasar dan permintaan konsumen memengaruhi keputusan sertifikasi. Penerapan label halal terbukti meningkatkan kepercayaan konsumen, loyalitas, dan daya saing produk di pasar.

Kata kunci: *Labelisasi Halal, UMKM, Sertifikasi Halal, Kepercayaan Konsumen.*

## **Abstract**

This study aims to analyze the implementation of halal labeling on food and beverage products among MSMEs in Bengkulu City, identify internal and external factors influencing business owners' decisions to obtain certification, and examine its impact on consumer trust and product competitiveness. This research employed a descriptive qualitative approach and field research methods through observation, interviews, and documentation. Informants consisted of seven MSME owners who had undergone the halal certification process. The findings reveal that most business owners have a good understanding of halal certification procedures, although technical assistance is still needed. Internal factors such as capital readiness, commitment, and awareness, along with external factors including market trends and consumer demand, influence

decision-making regarding halal certification. The implementation of halal labeling has shown a positive impact by increasing consumer confidence, strengthening product competitiveness, and enhancing market opportunities.

**Keywords:** *Halal Labeling, Halal Certification, MSMEs, Consumer Trust.*

## 1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbesar di dunia sehingga kebutuhan akan produk halal menjadi sangat penting dalam sistem konsumsi masyarakat. Kesadaran mengenai kehalalan produk turut mempengaruhi pola perilaku konsumen, terutama dalam pemilihan makanan dan minuman sehingga sertifikasi halal memiliki peran signifikan dalam memberikan rasa aman dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk (Aisyah et al., 2023). Sertifikasi halal kini tidak hanya dipandang sebagai simbol keagamaan, tetapi juga bagian dari jaminan mutu dan kualitas produk. Untuk memastikan kehalalan produk yang beredar di Indonesia, pemerintah melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) menetapkan mekanisme regulasi, pemeriksaan, sertifikasi dan pengawasan terhadap produk halal. BPJPH memiliki peran dalam melakukan registrasi, verifikasi, sertifikasi hingga pembinaan pelaku usaha yang mengajukan sertifikasi halal (Anas et al., 2023). Sistem ini diterapkan guna memastikan bahwa seluruh proses produksi memenuhi standar halal yang ditetapkan, mulai dari bahan baku, alur produksi hingga sistem jaminan halal internal (Nurani et al., 2020).

Sertifikasi halal juga memberikan dampak positif terhadap daya saing pelaku usaha. UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal lebih mudah menembus pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional, serta memiliki nilai tambah dari sisi branding dan kepercayaan pelanggan (Syafitri et al., 2022). Namun, meskipun manfaatnya besar, tingkat kepemilikan sertifikat halal di kalangan pelaku UMKM masih rendah. Data menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Kota Bengkulu meningkat dari tahun ke tahun, namun persentase yang telah memiliki sertifikat halal masih sangat kecil dibandingkan dengan total pelaku usaha yang ada (BPS Bengkulu, 2024). Meskipun pemerintah telah memberikan fasilitas berupa sertifikasi gratis dan pendampingan teknis, pelaku usaha masih mengalami kendala seperti kurangnya informasi, keterbatasan biaya, prosedur administrasi yang dianggap rumit, serta pemahaman yang minim mengenai persyaratan sertifikasi halal (Pradewi et al., 2024).

Berdasarkan fenomena tersebut, diperlukan penelitian untuk mendalami sejauh mana pemahaman, penerapan serta tantangan pelaku usaha dalam proses sertifikasi halal. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan judul “Analisis Labelisasi Halal dalam Produk Makanan dan Minuman pada UMKM Kota Bengkulu.” Adapun tujuan dari penelitian ini 1) untuk mengetahui penerapan labelisasi halal dalam produk makanan dan minuman pada UMKM Kota Bengkulu,

2) Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keputusan UMKM dalam penerapan labelisasi halal. 3) Untuk mengetahui dampak labelisasi halal terhadap tingkat kepercayaan konsumen dan daya saing produk UMKM di Kota Bengkulu. Penelitian ini berguna untuk menyumbangkan wawasan pemikiran tentang labelisasi halal dalam produk makanan dan minuman pada UMKM serta menjadi kontribusi pengetahuan bacaan yang bermanfaat bagi masyarakat luas dan melengkapi teori-teori sebelumnya dapat dijadikan bahan kajian atau pertimbangan untuk penelitian selanjutnya serta penelitian ini berguna sebagai masukan bagi UMKM yang ada di Kota Bengkulu dan dapat bermanfaat, serta sebagai tambahan informasi bagi UMKM dalam bidang perkembangan yang ada dimasyarakat.

## **2. Kajian Pustaka**

### **Labelisasi Halal**

Label halal merupakan tanda atau pernyataan tertulis pada kemasan produk sebagai jaminan bahwa produk tersebut telah memenuhi standar kehalalan sesuai syariat Islam. Label ini diberikan berdasarkan pemeriksaan dan sertifikasi halal dari lembaga berwenang seperti MUI sehingga dapat digunakan sebagai bukti legal bahwa produk aman dikonsumsi oleh masyarakat muslim (Ian Alfian, 2017). Menurut Kotler dalam Siti Muslima, label adalah bagian dari kemasan yang berfungsi memberikan informasi kepada konsumen, dan dalam konteks produk halal, sertifikat halal menjadi dasar legal untuk pencantuman label halal pada kemasan (Siti Muslimah, 2017). Logo halal yang berlaku di Indonesia merupakan kaligrafi berbentuk huruf Arab yang menjadi identitas visual produk halal. Logo halal harus dicantumkan pada kemasan dengan letak jelas, tidak mudah rusak, dan mudah dibaca sesuai regulasi yang berlaku (Lestari, 2022)

Label halal juga berfungsi sebagai penguat kepercayaan konsumen karena produk yang berlabel halal dianggap telah memenuhi prinsip kejujuran, transparansi, serta perlindungan konsumen sesuai prinsip syariah. (Febriyanti & Rohmanu, 2021) Secara terminologi, halal berarti sesuatu yang diperbolehkan dalam syariat Islam dan penggunaannya tidak menimbulkan konsekuensi hukum bagi pelakunya (Hidayatullah, 2020) Dalam konteks hukum positif, Undang-Undang Nomor 69 Tahun 1999 menegaskan bahwa pangan halal ialah pangan yang tidak mengandung unsur haram dalam bahan baku, proses produksi, atau alat bantu yang digunakan. Dengan demikian, labelisasi halal dapat dimaknai sebagai pencantuman identitas halal pada kemasan untuk menunjukkan status kehalalan produk kepada konsumen.

Labelisasi halal memiliki beberapa tujuan, antara lain, memberikan jaminan keamanan dan kehalalan produk, menjadi unique selling point (USP) bagi pelaku usaha, memberikan ketenangan batin bagi konsumen muslim, menjadi keunggulan kompetitif dalam persaingan pasar, melindungi produk lokal dari kompetisi global, mendorong sistem dokumentasi dan manajemen mutu yang lebih baik, dan membuka akses pasar global bagi produk bersertifikat halal. (Pradewi et al., 2024)

### **Sistem Jaminan Halal**



Sistem Jaminan Halal (SJH) merupakan mekanisme yang mengatur pemenuhan standar halal dalam seluruh proses produksi, mulai dari bahan baku hingga distribusi produk. Di Indonesia, pelaksanaan SJH mengacu pada standar yang ditetapkan LPPOM MUI melalui dokumen HAS 23000 (LPPOM MUI, 2020). Perusahaan yang mengajukan sertifikasi halal wajib memenuhi elemen utama SJH, yaitu, kebijakan halal perusahaan, yang menjelaskan komitmen terhadap produksi halal, pedoman halal, sebagai panduan teknis untuk membedakan proses halal dan non-halal, sistem organisasi halal, yang mencakup struktur tim internal pengelola proses halal, titik kendali kritis halal, yaitu pengawasan pada potensi risiko kontaminasi bahan haram dan audit internal halal, yang dilakukan secara berkala untuk memastikan konsistensi pelaksanaan SJH.

### **Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha sesuai kriteria yang ditetapkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. UMKM dibedakan berdasarkan modal, aset, dan pendapatan tahunan (Mardoni, 2017). Secara umum, UMKM memiliki ciri-ciri: modal terbatas, administrasi keuangan belum optimal, akses perbankan rendah, serta pemahaman manajemen usaha yang masih berkembang (Manoppo & Pelleng, 2018). Namun demikian, UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Karakteristik umum UMKM meliputi: modal terbatas, lemahnya akses pendanaan, pencatatan keuangan tidak terstruktur, serta keterbatasan dalam manajemen usaha. Hal ini menyebabkan banyak UMKM belum memenuhi persyaratan formal seperti legalitas usaha dan sertifikasi halal (Euis Winarti, D. Purnomo, 2019)

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas tema terkait labelisasi halal, sertifikasi halal, serta persepsi pelaku usaha dan konsumen terhadap produk bersertifikat halal. Penelitian Ramadhani (2022) meneliti implementasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 terkait kewajiban sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman UMKM di Kecamatan Beji Depok. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dan hasilnya menunjukkan bahwa penerapan sertifikasi halal masih belum optimal. Perbedaan dengan penelitian saat ini terdapat pada fokus lokasi penelitian dan variabel yang dikaji, yaitu labelisasi halal pada UMKM di Kecamatan Pagar Dewa Bengkulu. Penelitian lain dilakukan oleh Sri Ernawati & Iwan Koerniawan (2023) yang menganalisis pengaruh label halal dan kesadaran halal terhadap minat pembelian produk UMKM di Kota Bima menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan label halal berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian, sedangkan kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan. Perbedaan utama penelitian ini terdapat pada metode penelitian dan fokus variabel.

Ihsani (2022) juga melakukan penelitian mengenai penerapan labelisasi dan sertifikasi halal terhadap perkembangan UMKM kuliner di Kota Bandung menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan masih terdapat hambatan dalam proses sertifikasi, khususnya pada tahap administrasi dan pemahaman prosedur. Perbedaannya terletak pada lokasi dan konteks penelitian. Sutardi (2021) meneliti persepsi konsumen terhadap labelisasi halal

pada produk makanan impor di Bengkalis menggunakan analisis kategori deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan persepsi masyarakat tergolong baik dengan persentase 74%. Perbedaan penelitian ini terdapat pada subjek penelitian, dimana fokus penelitian saat ini adalah pelaku UMKM, bukan konsumen.

### **3. Metode Penelitian**

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pelaku UMKM di Kota Bengkulu. Data sekunder diperoleh dari dokumen, peraturan, dan literatur yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi Sugiyono (2019). Penelitian ini menggunakan model penelitian deskriptif kualitatif, yang bertujuan menggambarkan dan memahami fenomena labelisasi halal pada pelaku UMKM berdasarkan fakta di lapangan. Penelitian ini difokuskan pada tiga indikator utama yang menjadi dasar analisis, yaitu, pemahaman pelaku UMKM mengenai label halal, proses pelaksanaan labelisasi halal, dan hambatan dan faktor pendukung dalam penerapan label halal. Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis interaktif yang meliputi, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan

### **4. Hasil dan Pembahasan**

#### **Hasil Penelitian**

Penelitian ini melibatkan 7 informan yang merupakan pelaku UMKM makanan dan minuman. Informan dipilih karena dianggap mengetahui secara langsung praktik produksi dan pemasaran produk, serta memiliki pengalaman terkait penerapan labelisasi halal pada usaha yang dijalankan. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam untuk menggali informasi mengenai pemahaman pelaku UMKM tentang label halal, pelaksanaan penerapan label halal, serta hambatan dan faktor pendukung dalam penerapannya. Pemahaman Pelaku UMKM Mengenai Label Halal

#### **1) Pemahaman Pelaku UMKM Mengenai Labelisasi Halal**

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan menyampaikan bahwa label halal dipahami sebagai tanda bahwa produk yang dijual aman, sesuai syariat Islam, dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Pemahaman tersebut muncul karena konsumen dinilai lebih memilih produk yang sudah memiliki kejelasan halal, terutama untuk produk makanan dan minuman.

Adapun penjelasan dari Ibu Nelvi Weriza sebagai pemilik warung makan Uda Denai, yaitu:

“Kalau ada label halal itu pembeli lebih percaya dan yakin.”

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Revi Mushayanti pemilik warung makan Lince sederhana yaitu:

“Label halal itu penting, apalagi sekarang banyak yang nanya halal atau enggak.”

Namun, hasil wawancara menunjukkan bahwa masih terdapat informan yang memahami konsep halal hanya sebatas bahan baku yang digunakan, tanpa mengetahui prosedur sertifikasi halal secara resmi.

Adapun penjelasan lain dari pak De pemilik warung bakso, yaitu :

“Saya taunya halal itu dari bahan, kalau bahannya aman ya halal.”

Selain itu, beberapa informan juga menyampaikan bahwa label halal dipahami sebagai bagian dari kebutuhan usaha untuk memperluas pemasaran produk, misalnya ketika ingin masuk ke toko, bazar, atau kerja sama dengan pihak tertentu.

“Kalau mau jual lebih luas biasanya diminta label halal, jadi penting juga.”

Berdasarkan temuan tersebut, dapat diketahui bahwa pemahaman pelaku UMKM terhadap label halal sudah terbentuk secara umum, namun belum seluruh informan memahami aspek prosedural dan administrasi sertifikasi halal secara lengkap.

## 2) Pelaksanaan Penerapan Labelisasi Halal pada Produk UMKM

Hasil wawancara menunjukkan bahwa penerapan labelisasi halal pada UMKM makanan dan minuman dilakukan dalam bentuk yang berbeda-beda. Sebagian informan telah berupaya menerapkan prinsip halal dalam proses produksi, seperti menjaga kebersihan alat produksi, memastikan bahan baku yang digunakan aman, serta memperhatikan proses pengolahan. Sebagaimana disampaikan oleh ibu Lesmawati sebagai pemilik warung Dodon, yaitu:

“Kalau produksi saya jaga kebersihan alat dan bahan yang dipakai jelas.”

Selain itu, beberapa informan menyatakan bahwa penerapan label halal juga mulai dipertimbangkan ketika konsumen atau pasar mulai menuntut kejelasan status halal produk.

“Sekarang pembeli suka tanya halal, jadi saya mulai mikir untuk ngurus.”

Namun demikian, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa tidak semua informan sudah melakukan sertifikasi halal resmi. Sebagian informan menyampaikan bahwa mereka belum melakukan pengurusan sertifikat halal karena keterbatasan informasi, waktu, serta kebingungan terkait tahapan yang harus dilakukan.

Adapun penjelasan oleh bapak Rangkung, sebagai pemilik bebek mas Tutun, yaitu :

“Saya belum ngurus halal karena belum ngerti alurnya dan takut ribet.”

Temuan ini menunjukkan bahwa pelaksanaan labelisasi halal pada pelaku UMKM masih cenderung berada pada tahap penerapan prinsip halal secara umum, sedangkan sertifikasi halal resmi belum diterapkan secara merata oleh seluruh informan.

## 3) Hambatan dalam Penerapan Labelisasi Halal

Berdasarkan hasil wawancara, hambatan yang paling dominan dialami pelaku UMKM dalam penerapan labelisasi halal adalah keterbatasan



pemahaman mengenai prosedur, termasuk persyaratan administrasi dan tahapan pendaftaran.

Adapun penjelasan lain dari pak De pemilik warung bakso, yaitu :

“Saya bingung mulai dari mana, jadi belum berani ngurus.”

Hambatan lainnya adalah keterbatasan waktu, karena pelaku UMKM harus membagi waktu antara produksi, penjualan, dan aktivitas lainnya.

“Kadang niat ngurus tapi waktunya susah, soalnya harus produksi terus.”

Selain itu, terdapat informan yang menyebutkan kekhawatiran terhadap biaya pengurusan sertifikasi halal, meskipun sebagian informan tidak mengetahui secara pasti besaran biaya yang dibutuhkan.

“Saya mikirnya pasti mahal, jadi masih ditunda dulu.”

Dengan demikian, hambatan-hambatan tersebut menjadi faktor yang menyebabkan sebagian pelaku UMKM belum menerapkan sertifikasi halal secara resmi pada produknya.

#### 4) Faktor Pendukung dalam Penerapan Labelisasi Halal

Selain hambatan, penelitian ini juga menemukan beberapa faktor pendukung yang dapat mendorong pelaku UMKM untuk menerapkan labelisasi halal. Faktor pendukung utama yang disebutkan informan adalah adanya informasi dan pendampingan dari pihak terkait, seperti dinas, komunitas UMKM, maupun program pendampingan usaha.

Adapun penjelasan yang disampaikan oleh bapak Rangkung, sebagai pemilik bebek mas Tutun, yaitu :

“Saya dapat info soal halal dari pendamping UMKM, jadi lebih paham.”

Selain itu, meningkatnya kesadaran konsumen terhadap pentingnya produk halal juga menjadi faktor pendorong yang kuat bagi pelaku UMKM untuk mulai mempertimbangkan sertifikasi halal.

“Sekarang pembeli makin kritis, jadi kalau ada halal lebih meyakinkan.”

Beberapa informan juga menyatakan bahwa apabila terdapat program kemudahan atau fasilitasi pengurusan sertifikasi halal, maka pelaku UMKM lebih termotivasi untuk segera mengurus sertifikasi.

“Kalau ada bantuan program halal, saya pasti mau urus.”

Berdasarkan hasil tersebut, faktor pendukung utama penerapan labelisasi halal adalah adanya pendampingan, dorongan pasar/konsumen, serta peluang adanya program fasilitasi sertifikasi halal.

### Pembahasan

#### Pemahaman Pelaku UMKM terhadap Labelisasi Halal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM pada umumnya sudah memahami bahwa label halal merupakan penanda bahwa produk aman dan layak dikonsumsi oleh konsumen muslim, yang dapat meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap produk yang ditawarkan. Meskipun demikian, pemahaman teknis

mengenai prosedur sertifikasi halal belum merata, sehingga sebagian pelaku usaha belum melakukan sertifikasi secara formal.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Rahmi Nur Azizah dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa sertifikasi halal dan label halal berperan penting dalam minat beli konsumen muslim, sehingga pemahaman dan pengetahuan pelaku usaha terhadap aspek tersebut menjadi penting untuk menarik pembeli. Selain itu, penelitian Juliyanti dkk. (2023) juga menyatakan bahwa kesadaran konsumen terhadap label halal memengaruhi perilaku membeli produk halal, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan pelaku UMKM untuk memahami dan mempertimbangkan penerapan label halal pada produknya.

Dengan demikian, walaupun terdapat pemahaman dasar tentang label halal di kalangan pelaku UMKM, masih diperlukan upaya peningkatan literasi tentang prosedur sertifikasi halal melalui edukasi dan pendampingan yang lebih intensif agar pemahaman mereka tidak hanya bersifat konseptual tetapi juga teknis.

#### Pelaksanaan Penerapan Labelisasi Halal pada UMKM

Pelaksanaan penerapan label halal di lapangan oleh pelaku UMKM masih terbatas pada penerapan prinsip halal secara umum dalam proses produksi, seperti memastikan bahan baku halal dan menjaga sanitasi alat produksi. Namun, sertifikasi halal secara resmi belum diterapkan secara merata oleh seluruh informan karena hambatan administratif dan minimnya pengetahuan tentang proses sertifikasi yang berlaku.

Hal ini diperkuat oleh penelitian Nenda Ariska dkk. (2025) yang menjelaskan bahwa pendampingan proses sertifikasi halal menjadi faktor penting dalam membantu UMKM memahami tahapan sertifikasi halal dan meningkatkan kesiapan pelaku usaha dalam mengurus sertifikasi halal secara formal. Penelitian lain juga menunjukkan keterkaitan antara rendahnya literasi terhadap prosedur sertifikasi dengan pelaksanaan labelisasi halal yang kurang optimal, di mana pelaku usaha cenderung hanya menerapkan prinsip halal secara umum tanpa melanjutkan ke tahap sertifikasi formal. Hal ini menunjukkan kebutuhan akan peningkatan edukasi dan layanan informasi yang mudah diakses bagi UMKM.

#### Hambatan Penerapan Labelisasi Halal

Hambatan utama yang ditemukan dalam penelitian ini adalah ketidakpahaman terhadap proses sertifikasi, keterbatasan waktu, serta persepsi bahwa prosedur administrasi bersifat kompleks dan memerlukan biaya lebih, sehingga pelaku UMKM sering menunda atau tidak memprioritaskan pengurusan label halal meskipun memahami manfaatnya.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Asnaini dkk. (2025) yang menjelaskan bahwa resistensi pemilik UMKM terhadap kebijakan label halal muncul karena persepsi terhadap prosedur yang rumit, biaya yang dianggap tinggi, serta kurangnya informasi mengenai kebijakan halal itu sendiri, sehingga banyak pelaku usaha yang belum siap mengimplementasikan kebijakan tersebut meskipun



mereka mengetahui pentingnya label halal. Hambatan administratif dan persepsi rumitnya prosedur sertifikasi menjadi faktor utama yang perlu diatasi melalui mekanisme pendampingan, sosialisasi yang intensif, dan kemudahan akses informasi bagi pelaku UMKM.

#### Faktor Pendukung Penerapan Labelisasi Halal

Penelitian ini juga menemukan adanya faktor pendukung yang mendorong pelaku UMKM untuk menerapkan label halal. Faktor pendukung utama adalah adanya sosialisasi dan pendampingan dari pihak terkait, seperti instansi pemerintah, komunitas UMKM, dan lembaga pendamping usaha. Hal ini membantu pelaku usaha memahami tahapan sertifikasi dan memberi motivasi untuk melanjutkan proses sertifikasi.

Penelitian Nenda Ariska dkk. (2025) menguatkan temuan ini, yang menyatakan bahwa pendampingan sertifikasi halal sangat berperan dalam meningkatkan kesadaran dan kesiapan pelaku UMKM dalam menghadapi proses sertifikasi halal, sehingga menjadi faktor penentu dalam keberhasilan implementasi label halal di sektor UMKM. Selain itu, faktor eksternal seperti meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk halal juga menjadi pendorong penting dalam keputusan pelaku UMKM untuk memprioritaskan pengurusan sertifikasi halal. Temuan penelitian mengenai dampak label halal terhadap minat beli konsumen muslim menunjukkan bahwa label halal merupakan salah satu pertimbangan penting dalam keputusan pembelian, sehingga ini juga dapat memotivasi UMKM untuk menerapkan sertifikasi halal pada produknya.

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, penerapan labelisasi halal pada produk makanan dan minuman UMKM di Kota Bengkulu telah berjalan cukup baik. Sebagian besar pelaku UMKM telah memahami pentingnya sertifikasi halal, meskipun dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa kendala. Faktor internal yang mempengaruhi labelisasi halal meliputi pemahaman pelaku usaha, kesiapan biaya, dan komitmen usaha, sedangkan faktor eksternal meliputi dukungan pemerintah, regulasi, serta tuntutan konsumen terhadap produk halal. Dampak labelisasi halal terhadap kepercayaan konsumen yaitu labelisasi halal memberikan dampak positif terhadap tingkat kepercayaan konsumen serta daya saing produk UMKM di Kota Bengkulu, sehingga meningkatkan nilai jual dan peluang penerimaan produk di pasar. Berdasarkan temuan penelitian tersebut maka hal sertifikasi halal pelaku usaha atau Rumah Makan perlu mencari tahu lebih dalam lagi kepada orang terdekat yang dianggap lebih tahu atau bisa melalui internet proses pembuatan sertifikat halal. Mulailah menjadi konsumen muslim yang cerdas dan teliti terhadap hal-hal yang perlu diwaspadai seiring dengan banyaknya kecurangan di jaman globalisasi karena dengan mudahnya budaya asing (dari negara non muslim) masuk di negara ini. MUI diharapkan bisa melakukan sosialisasi yang lebih kepada konsumen muslim mengenai terjaminnya kehalalan suatu produk dan sertifikat

halal atau label halal karena berdasarkan penelitian ini pengetahuan serta kesadaran konsumen muslim dan pelaku usaha tentang hal tersebut masih minim.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, D. I., Fidhya Nurmalia, Nisrina Athiyyah Nur Azizah, & Lina Marlina. (2023). Analisis Pemahaman Sertifikasi Halal pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JIESP Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 2(2), 95–105. <https://doi.org/10.54180/jiesp.2023.2.2.95-105>
- Alserhan, B. A. Islamic Branding: A Conceptualization of Related Terms. *Journal of Brand Management*, Vol. 18 No. 1, 2010.
- Anas, M., Saputro, A. R., & Wahdah, H. (2023). Persepsi Halal dan Pemahaman Sertifikasi Halal: Studi Deskriptif Analitik. *Misykat Al-Anwar Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.24853/ma.6.1.1-12>
- Ariska, N., dkk. (2025). Pendampingan proses sertifikasi halal bagi UMKM untuk meningkatkan kesiapan pelaku usaha. *JP2M (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)*.
- Asnaini, A., dkk. (2025). Resistance of Micro, Small, and Medium Enterprise Owners to Halal Labeling Policy. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial*.
- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. The Role of Halal Awareness and Halal Certification in Influencing Non-Muslims' Purchase Intention. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 4 No. 3, 2013.
- Azizah, R. N., dkk. (2025). Pengaruh label halal dan sertifikasi halal terhadap minat beli konsumen muslim. *Bertuah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Bidin A. (2017). Pengembangan UMKM. *Вестник Росздравнадзора*, 4(1), 9–15.
- Euis Winarti, D. Purnomo, J. A. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Di Perkampungan Industri Keci (Pik)*. 8(2).
- Febriyanti, I., & Rohmanu, A. (2021). Labelisasi Produk Pangan UMKM di Kecamatan Pulung Ponorogo. *Jurnal Antologi Hukum*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.21154/antologihukum.v1i1.239>
- Haris Herdiansyah. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*.
- 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), 251. <https://doi.org/10.21043/yudisia.v11i2.8620>
- Ian Alfian, M. M. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan. *At Tawassuth*, 2(1), 122–145.
- Juliyanti, J., dkk. (2023). Pengaruh kesadaran label halal terhadap perilaku pembelian produk halal. *JIEP (Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Perbankan)*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education, 2016.
- Lestari, I. D. W. I. (2022). Produk Makanan Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020 Program Studi Ekonomi Islam Produk Makanan Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020. *Skripsi*, 20–21.
- Manoppo, W. S., & Pelleng, F. A. O. (2018). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan dengan Teknik Pembukuan Sederhana Bagi Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Malalayang Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Administrasi Bisnis*,

- 7(2), 6–9.
- Mardoni, Y. (2017). Kewirausahaan dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Multi Prespektif. *Universitas Terbuka*, 21–31.
- Nurani, N., Nursjanti, F., & Munawar, F. (2020). Penyuluhan Sertifikasi Halal Bagi UMKM Jawa Barat Pada Situasi Pandemi Covid-19. *Madaniya*, 1(3), 126–139. <https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/24>
- Nuvitasari, A., Citra Y, N., & Martiana, N. (2019). Implementasi SAK EMKM Sebagai Dasar Penyusunan Laporan Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *International Journal of Social Science and Business*, 3(3), 341. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i3.21144>
- Porter, M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: The Free Press, 2022.
- Pradewi, G. I., Chailani, M. I., & Arifah, S. (2024). Pendampingan Sertifikasi Halal Pada UMKM Makanan Ringan Di Desa Bansari Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung. *Jurnal At-Taghyir: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat Desa*, 6(1), 23–38. <https://doi.org/10.24952/taghyir.v6i1.8576>
- Pusparini, M. D., & Setiaji, H. (2019). Investigating Beyong the Label of Halalan-Thayyiban: the Halal Guarantee System in Local Restaurant. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 4(1), 551. <https://doi.org/10.30659/ijibe.4.1.551-562>
- R. Abdul Jamali, S. H. (2019). Hukum Islam. *Penerbit Mandar Maju Bandung*.
- Ramadhani, A. (2022). Implementasi Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan dan Minuman UMKM di Kecamatan Beji Depok Studi Implementasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. In *Skripsi*.
- Siagian, S. P. Teori Pengambilan Keputusan. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Siti Muslimah. (2017). Label Halal Pada Produk Pangan Kemasan Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen Muslim Siti. *Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret*, 4(1), 9–15.
- Sri Ernawati, & Iwan Koerniawan. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk Umkm Di Kota Bima. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 207–215. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.1185>
- Syafitri, M. N., Salsabila, R., & Latifah, F. N. (2022). Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 16–42. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.305>
- Tambunan, T. T. H. Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting. Jakarta: LP3ES, 2012.
- Tambunan, T. T. H. UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2019.
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). Strategi Usaha Bisnis. *Buku Kelembagaan Strategi Usaha Bisnis*, 3(1), 10–27.
- Zainudin Al. (2010). *Metode Penelitian Hukum* (2nd ed.).