

Persepsi Pelaku UMKM Terhadap Kepemilikan Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Madura

Resti Prastika Destiarni¹⁾, Nor Qomariyah^{2*)}

^{1,2} Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura

*Email korespondensi: nor.qomariyah@trunojoyo.ac.id

Abstract

Halal certification will increase the competitiveness of micro small business (UMKM) products, especially food and beverages, moreover there is a policy from related agencies that all food and beverage products must be halal certified. This study aims to determine the perceptions of halal certification in micro small business actors in the food and beverage sector in Bangkalan and Pamekasan Regencies and what are the factors that influence perceptions of these micro small business actors. The analytical method used in this study is a quantitative descriptive method using a Likert scale. The results of the study show that the average perceived value of UMKM actors ranges from 3.81 to 4.75, which is in the good category. While the factors that influence the perception of UMKM actors are awareness of the importance of halal certification by 55 percent, an increase in product quality which will affect price increases, the desire to increase the competitiveness of their products by 74 percent, the availability of adequate input sources by 51 percent of respondents. willing to provide halal input sources, and have consumers who are aware of the importance of halal products as much as 89 percent considering that the people of Bangkalan and Pamekasan are predominantly Muslim.

Keywords: Perception, Halal Certification, Micro Small Business.

Saran sitasi: Destiarni, R. P., & Qomariyah, N. (2023). Persepsi Pelaku UMKM Terhadap Kepemilikan Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Madura. *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, 9(03), 3858-3863. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9314>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9314>

1. PENDAHULUAN

Produk makanan dan minuman yang sudah mendapatkan label halal MUI akan memberikan nilai tambah tersendiri untuk dapat memperluas pasar, karena sertifikasi halal dapat dijadikan sebagai alat pemasaran sebab untuk masuk ke pasar-pasar grosir modern seperti swalayan sertifikat halal menjadi persyaratan, terlebih lagi akan menjadi keharusan apabila produk tersebut ingin memperluas pasarnya ke manca Negara yang penduduknya mayoritas muslim. Selain itu dengan adanya sertifikat halal tersebut juga konsumen tidak perlu khawatir dengan kandungan produk tersebut karena produk makanan dan minuman halal yang memiliki sertifikat halal adalah produk dengan input yang terjamin higienitas dan kualitasnya, dalam cara pengolahan, pengemasan, hingga penyajiannya dapat dipertanggungjawabkan (Kalbarini, 2022). Sehingga hal tersebut yang membuat produk makanan dan minuman halal tidak

hanya menjadi produk bagi konsumen muslim namun juga produk bagi konsumen non – muslim.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM yang juga di sampaikan oleh Tenaga Ahli Menkeu Bidang Keuangan dan Keuangan Syariah bahwa dari 65 juta pemilik usaha kecil dan mikro yang mendaftarkan sertifikasi halal tidak lebih dari satu persen (Keuangan Syariah, 2022). Para pemilik usaha kecil dan mikro tersebut pada dasarnya belum memahami unsur penting dari memiliki sertifikasi halal. Dari jumlah satu persen tersebut, belum ada UMKM makanan dan minuman di Madura yang memiliki sertifikasi halal. Padahal Masyarakat Madura sudah dikenal dengan tingkat religiusitas yang tinggi.

Salah satu Kabupaten di Madura yang memiliki tren berkembangnya UMKM adalah Kabupaten Bangkalan. Berdasarkan data dari Pemerintah Bangkalan dapat diketahui bahwa jumlah UMKM di

Kabupaten Bangkalan pada tahun 2021 mencapai 22.390 UMKM, di antara 3 kabupaten di Madura kontribusi UMKM terhadap PDRB Bangkalan memiliki kontribusi yang paling kecil yakni 59.95 persen. Sedangkan kontribusi UMKM yang paling tinggi terhadap PDRB terdapat di Kabupaten Pamekasan yakni sebesar 75.92 persen. Selain itu jumlah UMKM sektor perdagangan di Pamekasan yang di dalamnya terdapat usaha makanan dan minuman jumlahnya lebih besar dibandingkan di Kabupaten Bangkalan dengan perbandingan hampir mencapai 2 : 1 (UKM Kabupaten Pamekasan, 2022). Perbedaan tersebut salah satunya menjadi penyebab bahwa persentase kontribusi nilai tambah bruto di Kabupaten Pamekasan tertinggi diantara tiga kabupaten lain di Pulau Madura. Namun, dari jumlah tersebut belum terdapat data dari dinas terkait mengenai UMKM di Kabupaten Pamekasan yang memiliki sertifikasi halal. Sedangkan di Kabupaten Bangkalan berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM hanya mencatat 11 UMKM yang mengajukan sertifikasi halal, Padahal Kabupaten Bangkalan memiliki jarak terdekat dengan *Halal Centre* yang dimiliki oleh Universitas Trunojoyo Madura.

Dari hal ini diperlukan kajian lebih lanjut terkait pemahaman atau persepsi para pelaku usaha kecil mikro bidang makanan dan minuman terhadap penerapan sertifikasi halal itu sendiri khususnya di Kabupaten Pamekasan dan bangkalan yang menjadi objek lokasi penelitian. Dengan mayoritas penduduk yang beragama islam tentu menjadi kebutuhan yang mendasar akan pentingnya mengkonsumsi produk yang sudah bersertifikasi halal (Makhtum & Farabi, 2021). Tidak hanya bagi konsumen kebutuhan produk bersertifikasi halal juga menjadi hal yang penting bagi pelaku usaha agar dapat memberikan keyakinan pada konsumen akan kehalalan produknya. Penelitian ini nantinya akan dikaji dari sudut pandang pelaku usaha mengenai bagaimana persepsi mereka terkait sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian terkait Persepsi pemilik UMKM terhadap kepemilikan sertifikat halal dengan judul penelitian “Persepsi Pelaku Umkm Terhadap Kepemilikan Sertifikasi Halal Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Umkm Madura”.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Lokasi dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini akan dilakukan di Kabupaten Bangkalan dan Kabupaten Pamekasan yang mana pemilihan lokasi tersebut didasarkan metode *purposive* (sengaja). Metode *purposive* (sengaja) yaitu teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu (Mukhsin et al., 2017). Lokasi tersebut dipilih dengan pertimbangan bahwa berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur Tahun 2020, persentase nilai tambah bruto UMKM di Kabupaten Pamekasan adalah yang tertinggi di Pulau Madura yaitu sebesar 75.92 persen dan berbanding terbalik dengan nilai tambah bruto di Kabupaten Bangkalan yang hanya mencapai 59.95 persen.. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui proses wawancara dengan responden melalui kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait. Kriteria pemilik UMKM yang menjadi responden adalah pemilik yang juga melakukan pengelolaan terhadap usaha, memiliki pemahaman terhadap konsep halal dan sertifikasi halal, serta memiliki keinginan untuk mengembangkan usaha dengan pendampingan halal dan memiliki sertifikasi halal sehingga jumlah responden yang menjadi data primer dalam penelitian ini berjumlah 68 pemilik UMKM.

2.2. Analisis Data

Analisis persepsi pemilik UMKM terhadap kepemilikan sertifikat halal dianalisis dengan metode deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk meneliti suatu objek berdasarkan data dan fakta di lapangan. Pendekatan deskriptif kuantitatif tersebut dilakukan dengan menggunakan skala likert, yakni skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial disebut dengan skala likert (Astriani et al., 2020). Skala likert terdiri dari empat atau lebih butir-butir pertanyaan yang digabungkan, sehingga membentuk skor yang dapat menggambarkan suatu individu. Skala jawaban yang biasa dipakai pada skala likert, yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (Nanda & Ikawati, 2020). Masing-masing skala jawaban pada skala likert diberi skor/nilai. Dalam penelitian ini, skala jawaban yang dipakai dibagi menjadi pernyataan positif dan negatif sebagaimana tabel berikut.

Tabel 1. Penggunaan skala likert

Sangat Setuju: skor 5
Setuju: skor 4
Netral: skor 3
Tidak Setuju: skor 2
Sangat Tidak Setuju: skor 1

Tabel 2. Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	53	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	53	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Berdasarkan tabel 3 terkait *reliability statistics* diketahui bahwa ada sepuluh item dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.863 yang artinya bahwa $0.863 > 0.60$ dapat disimpulkan bahwa kesepuluh item pertanyaan angket untuk variabel adalah reliabel atau konsisten.

Tabel 3. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.927	.933	20

Berdasarkan nilai pada tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.927 yang berarti lebih dari 0.90 dan menunjukkan bahwa reliabilitas instrument yang digunakan pada penelitian ini termasuk sempurna.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Analisis terkait dengan persepsi pemilik UMKM terhadap sertifikasi halal digunakan tujuh variabel dengan 20 Indikator untuk diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengukur apakah pertanyaan pada kuesioner sudah valid dan reliabel. Dalam suatu penelitian, uji validitas dan reliabilitas menjadi konsep untuk mengevaluasi kualitas penelitian. Validitas digunakan untuk mengukur akurasi penelitian, sedangkan reliabilitas untuk menilai konsistensi pada isi hasil penelitian.

Terdapat 53 sampel yang digunakan untuk menguji reliabilitas dari pertanyaan pada kuesioner. Berdasarkan tabel 2 dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel valid karena persentase sampel adalah 100 persen.

Tabel 4. Nilai Persepsi Pelaku UMKM terhadap Sertifikasi Halal

Variabel	Indikator	Persentase Persepsi	Rata-rata nilai Persepsi	Kriteria Penilaian
Pengetahuan Halal (X1)	Paham definisi halal (X11)	86%	4.31	Baik
	Paham makanan dan minuman halal (X12)	87%	4.35	Baik
Pengetahuan syarat makanan dan minuman halal (X2)	Paham syarat makanan dan minuman halal (X21)	80%	4.04	Baik
	Paham titik kritis (X22)	71%	3.60	cukup
Pengetahuan sertifikat halal (X3)	Paham definisi sertifikasi halal (X31)	77%	3.81	cukup
	Paham syarat sertifikasi halal (X32)	71%	3.54	cukup
Sikap pemilik terhadap sertifikasi halal (X4)	Pentingnya makanan dan minuman halal (X41)	94%	4.19	Baik
	Pentingnya memiliki sertifikat Halal (X42)	84%		Baik
	Merasa aman menawarkan makanan dan minuman halal (X43)	87%	4.37	Baik
	Memprioritaskan makanan dan minuman halal (X44)	88%	4.40	Baik
Persepsi kontrol makanan dan minuman halal (X5)	Menyediakan makanan dan minuman halal adalah hal positif (X45)	95%	4.75	Baik
	Melakukan kontrol terhadap makanan dan minuman halal (X51)	87%	4.35	Baik
	Memiliki kemampuan menyediakan makanan dan minuman halal (X52)	85%	4.35	Baik
	Memilih input dari makanan dan minuman	87%	4.40	Baik

Variabel	Indikator	Persentase Persepsi	Rata-rata nilai Persepsi	Kriteria Penilaian
	halal (X53)			
Minat terhadap sertifikasi halal (X6)	Tertarik untuk memproduksi makanan dan minuman halal (X61)	89%	4.44	Baik
	Memiliki rencana membuat makanan dan minuman halal (X62)	85%	4.25	Baik
	Akan konsisten memproduksi makanan dan minuman halal (X63)	82%	4.15	Baik
Perilaku pemilik (X7)	Kesiapan dalam mengemas produk makanan dan minuman Halal (X71)	83%	4.13	Baik
	Kesiapan dalam menyediakan input makanan dan minuman Halal (X72)	80%	4.04	Baik
	Kesiapan dalam mengolah makanan dan minuman halal (X73)	84%	4.25	Baik

3.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil kuesioner pada tabel 4 terkait dengan persepsi yang berisi tujuh variabel dengan 20 indikator tersebut dapat disimpulkan bahwa 95 persen pemilik UMKM memiliki komitmen menyediakan produk olahan yang halal dengan rata-rata nilai persepsi pelaku UMKM berkisar antara 3,81 hingga 4,75 yang termasuk dalam kategori baik, hal ini karena didukung dengan latar belakang keyakinan dari para pemilik UMKM yang ada di Madura yang mayoritas muslim. Namun, nilai persepsi persentase pemahaman mereka tentang titik kritis produk olahan berada pada angka 71 persen dan merupakan persentase terkecil diantara variabel lainnya. Dari total responden yang diberikan pertanyaan terkait keinginan memiliki sertifikasi halal, hanya seorang responden yang tidak berkenan sedangkan lainnya memiliki keinginan untuk memiliki sertifikasi halal. Terkait dengan kesadaran pemilik UMKM sebagian besar menjawab cukup penting yakni sebanyak 55 persen dan yang menjawab sangat penting sebanyak 36 persen. Sebab banyak manfaat yang akan didapatkan oleh produsen apabila produknya mempunyai label halal, diantaranya dapat mendongkrak tingkat kepercayaan konsumen dan menjadi nilai tambah untuk produk yang dimiliki pelaku usaha/produsen (GoUKMID, 2023). Bagi pemilik UMKM yang berminat untuk mengajukan sertifikasi halal, 83 persen menjawab tidak akan menaikkan harga sedangkan 17 persen lainnya menyampaikan akan meningkatkan harga. Karena menurut sebagian besar responden dengan adanya label halal tidak akan berpengaruh kepada kenaikan harga produk karena untuk mendapatkan label halal tersebut masih didapatkan secara gratis

dengan adanya program dari pemerintah, sehingga dengan pengurusan sertifikasi halal tidak akan ada biaya yang dibebankan kepada konsumen (Kalbarini, 2022).

Faktor lain yang mempengaruhi persepsi para pelaku UMKM adalah sebanyak 74 persen berkeinginan agar produk makanan dan minuman yang dihasilkan bisa bersaing dikancah nasional bahkan global, karena UMKM tersebut sudah memiliki konsumen yang sadar akan produk yang tersertifikasi halal dengan jumlah yang cukup besar yakni sebanyak 89 persen, hal ini karena didukung *background* keyakinan dari masyarakatnya yang mayoritas muslim. Sebab mengkonsumsi makanan halal merupakan kebutuhan primer bagi mereka (Mutmainah, 2018). Kesiapan dari para pelaku UMKM untuk menyediakan produk yang sesuai standar halal sebanyak 83 persen, Kesiapan menyiapkan produk yang sesuai standar halal tentunya juga dibarengi dengan kesiapan pelaku usaha untuk menyediakan input yang bersumber dari bahan baku yang halal dengan jumlah yang cukup besar yakni sebanyak 88 persen. Bagi pelaku usaha ketersediaan bahan baku yang halal untuk usaha makanan dan minuman tidak sulit untuk didapatkan. Label halal ini menunjukkan bahwa bahan baku yang digunakan untuk makanan yang diproduksi dibuat dari bahan-bahan yang halal (Aldila, 2019). Dengan demikian faktor-faktor yang membuat pelaku UMKM bersedia untuk sertifikasi halal bukan menjadi hal yang sulit sehingga program pemerintah berupa sosialisasi atau penyuluhan dan pendampingan lebih digencarkan lagi mengingat produk UMKM makanan dan minuman pada tahun 2024 merupakan kelompok produk yang

diwajibkan untuk tersertifikasi halal. Hal ini karena target pemerintah di tahun tersebut ingin menjadikan Indonesia sebagai pusat halal dunia (Jakiyudin & Fedro, 2022), disusul tahun 2026 pada barang guna wajib bersertifikat halal (Khoeron, 2021).

Selain itu, faktor yang juga mempengaruhi keputusan pemilik UMKM dalam memiliki sertifikasi halal tidak terlepas dari karakter yang dimiliki oleh individu pemilik UMKM. Karakter tersebut berhubungan dengan sikap – sikap yang dimiliki oleh wirausaha dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Menjadi seorang wirausaha bukan hanya dapat menjual produk yang dimiliki namun juga mampu mengembangkan usaha sehingga seorang pemilik UMKM harus memiliki karakteristik sebagai seorang wirausaha diantaranya berani mengambil risiko, memiliki originalitas terkait dengan ide produk yang dihasilkan, dan memiliki jiwa kepemimpinan (Indarto & Santoso, 2020)

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa para responden pelaku UMKM cukup mengetahui tentang adanya sertifikasi halal berikut dengan perstyaratannya. Nilai persepsi pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal rata-rata masuk ke dalam kategori baik. Pemahaman para pelaku usaha diatas terkait pentingnya sertifikasi halal berdampak pada kepemilikan sertifikasi halal produknya yang berupa makanan dan minuman. Dari total responden yang diberikan pertanyaan terkait keinginan memiliki sertifikasi halal, hanya seorang responden yang tidak berkenan sedangkan lainnya memiliki keinginan untuk memiliki sertifikasi halal. Terkait dengan kesadaran pemilik UMKM bahwa produk olahan penting untuk memiliki sertifikasi halal terbagi menjadi empat jawaban yang mana 2 persen menjawab sangat tidak penting, 8 persen menjawab cukup penting, 55 persen menjawab penting, dan 36 persen menjawab sangat penting. Bagi pemilik UMKM yang berminat untuk mengajukan sertifikasi halal, 83 persen menjawab tidak akan menaikkan harga sedangkan 17 persen lainnya mengungkapkan bahwa akan meningkatkan harga.. Oleh karena itu stakeholder baik dari kalangan pemerintah maupun institusi pendidikan terkait perlu untuk melakukan pendampingan dan pengawasan terhadap UMKM yang memiliki minat untuk memiliki sertifikasi halal, misal dari dinas terkait harus memiliki skala prioritas untuk UMKM yang akan didampingi dengan bantuan

fasilitator halal untuk memantapkan pemahaman dan pengetahuan pemilik UMKM.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terimakasih kepada LPPM Universitas Trunojoyo Madura yang telah mendanai sepenuhnya penelitian ini melalui Hibah Penelitian Dosen Pemula semua instansi maupun perseorangan yang telah memberikan dukungan moril dan materiil selama pelaksanaan penelitian.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Aldila, S. (2019). Fenomena Labelisasi Halal pada Usaha Kuliner Tradisional sebagai Daya Dukung Wisata Syariah di Kabupaten Bangkalan Madura. In *Prosiding Seminar Nasional Budaya Madura V. Membangun Pariwisata Madura berbasis Budaya Lokal Bangkalan*. <https://doi.org/10.21107/budayamadura.2019.5>
- Astriani, N. M. D. Y., Purwantara, I. K. G. T., & Maryam, S. (2020). PKM : Diversifikasi Produk Jamu Serbuk Instan Dari Herbal Usadha Bali Pada Kelompok Sari Pertiwi Desa Nyalian Kecamatan Banjarangkan. *JPAI: Jurnal Perempuan Dan Anak Indonesia*, 2(September), 1–9.
- GoUKMID. (2023). *Seberapa Besar Manfaat Mempunyai Sertifikasi Halal? Berikut Beberapa Manfaat Sertifikat Halal bagi Produsen dan Konsumen*. GoUKM.ID.
- Indarto, & Santoso, D. (2020). Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha Dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 54–69.
- Jakiyudin, A. H., & Fedro, A. (2022). Sehati : Peluang Dan Tantangan Pemberian Sertifikasi Halal Gratis Bagi Pelaku UMK Di Indonesia. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, 07(02).
- Kalbarini, R. Y. dan R. A. (2022). Label halal dan dampaknya terhadap pendapatan usaha Maha Bakery di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1).
- Kuangan Syariah, H. A. (2022). *Kemenkeu Catat Cuma 1 Persen UMKM Indonesia Punya Sertifikasi Halal* (pp. 1–). <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210825/9/1433756/kemenkeu-catat->
- Khoeron, M. (2021). *Obat, Kosmetik, dan Barang Gunaan Wajib Bersertifikat Halal*. Kementerian Agama.
- Makhtum, A., & Farabi, M. E. (2021). Sertifikasi Produk Halal Untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1).

- Mukhsin, R., Mappigau, P., & Tenriawaru, A. N. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Tahan Hidup Usaha Di Kota Makassar. *Jurnal Analisis*, 6(2), 188–193.
- Mutmainah, L. (2018). Halal Certification , and Food Ingredients on Purchase Intention of Halal Food. *Journal of Islamic Economic Finance and Banking*, 0274.
- Nanda, K. F., & Ikawati, R. (2020). Hubungan Persepsi Label Halal Mui Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Journal of Food and Culinary*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.12928/jfc.v3i1.3597>
- UKM Kabupaten Pamekasan, D. K. (2022). *Jumlah UMKM Sektor Perdagangan Kabupaten Pamekasan*. UMKM Sektor Perdagangan Kabupaten Pamekasan.