Jurnal Pengabdian Masyarakat
Volume 5, Nomor 2, Oktober 2026
E-ISSN : 2828-7703; P-ISSN: 2828-7932, Hal. 225-251
DOI: https://doi.org/10.30640/abdimas45.v5i2.8180
Tersedia: https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/ABDIMAS45

Analisis Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Daya Saing dan Penjualan Usaha Mikro di Mendalo, Jambi

An Analysis of Halal Certification in Enhancing Competitiveness and Sales of Microbusinesses in Mendalo, Jambi

Soimatul Variha[1*], Agustina Mutia[2], M. Chairul Zikri[3], Laila Hanum[4], Neisha Aulia[5], Misda Rahayu[6]
[1-6]Hukum Ekonomi Syari'ah, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia
Email: soimatulv@gmail.com[1], agustinamutia69@uinjambi.ac.id[2], muhammadchairulzikri@gmail.com[3], lailahanum@gmail.com[4], neishaaulia31@gmail.com[5], misdarahayuzubairi@gmail.com[6]*

**Penulis Korespondensi: soimatulv@gmail.com*

Riwayat Artikel:
Naskah Masuk: 21 Agustus 2026;
Revisi: 28 September 2026;
Diterima: 06 Oktober 2026;
Terbit: 09 Oktober 2026;

Keywords: *Competitiveness; Halal Certification; Micro-Enterprises; MSMEs; Sales Performance.*

Abstract: *Halal certification has become an important instrument in enhancing consumer trust in micro-enterprise products, particularly amid increasing public awareness of product halalness. This study aims to analyze the role of halal certification in improving the competitiveness and sales performance of micro-enterprises in Mendalo, Jambi. The research employs a qualitative approach using a field study method. Data were collected through interviews, observations, and documentation involving micro-enterprise owners who had obtained halal certification. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings reveal that halal certification has a positive impact on enhancing the competitiveness of micro-enterprises by strengthening product image, increasing consumer trust, expanding market access, and improving business management quality. Furthermore, halal certification contributes to increased sales volume, as consumers tend to prefer products with clear halal assurance. However, several challenges remain, including limited understanding of certification procedures among business owners, supporting costs, and relatively complex administrative requirements. Therefore, continuous support from the government, assistance institutions, and relevant stakeholders is needed to improve halal literacy and simplify the certification process for micro-enterprises. This study confirms that halal certification serves not only as a means of fulfilling regulatory and religious requirements but also as a business strategy capable of enhancing competitiveness and driving sustainable sales growth among micro-enterprises.*

Abstrak

Sertifikasi halal telah menjadi salah satu instrumen penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk usaha mikro, khususnya di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap aspek kehalalan produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran sertifikasi halal dalam meningkatkan daya saing dan penjualan usaha mikro di Mendalo, Jambi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi lapangan. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku usaha mikro yang telah memperoleh sertifikasi halal. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing usaha mikro melalui penguatan citra produk, peningkatan kepercayaan konsumen, perluasan akses pasar, serta peningkatan kualitas manajemen usaha. Selain itu, sertifikasi halal juga berkontribusi terhadap peningkatan volume penjualan karena konsumen cenderung lebih memilih produk yang memiliki jaminan kehalalan yang jelas. Meskipun demikian, masih ditemukan beberapa kendala, seperti keterbatasan pemahaman pelaku usaha mengenai prosedur sertifikasi, biaya pendukung, dan administrasi yang relatif kompleks. Oleh karena itu, diperlukan dukungan berkelanjutan dari pemerintah, lembaga pendamping, dan stakeholder terkait untuk meningkatkan literasi halal serta mempermudah proses sertifikasi bagi pelaku usaha

mikro. Penelitian ini menegaskan bahwa sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan aspek regulatif dan religius, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang mampu meningkatkan daya saing dan pertumbuhan penjualan usaha mikro secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Daya Saing; Penjualan; Sertifikasi Halal; UMKM; Usaha Mikro

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Keberadaan UMKM tidak hanya berperan sebagai penyedia lapangan kerja, tetapi juga menjadi motor penggerak ekonomi masyarakat di berbagai daerah. Di Indonesia, UMKM mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi dan berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Oleh karena itu, penguatan kapasitas dan daya saing UMKM menjadi agenda penting dalam pembangunan ekonomi nasional Savitri, D., & Putra, A. (2022). Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, persaingan usaha semakin kompetitif. Pelaku UMKM dituntut untuk mampu menghadirkan produk yang berkualitas, aman, dan memiliki nilai tambah agar dapat diterima oleh pasar yang lebih luas. Salah satu aspek yang semakin menjadi perhatian konsumen adalah jaminan kehalalan produk. Bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, status halal suatu produk menjadi pertimbangan penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian, Fuadi, F., A. Soemitra, dan Z. M. Nawawi, (2022).

Konsep halal pada dasarnya tidak hanya berkaitan dengan aspek agama, tetapi juga mencerminkan standar kualitas, kebersihan, keamanan, dan proses produksi yang terjamin. Produk yang telah memperoleh sertifikasi halal dianggap memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi di mata konsumen. Oleh sebab itu, sertifikasi halal berkembang menjadi instrumen strategis yang mampu meningkatkan citra dan nilai jual suatu produk di pasar domestik maupun internasional I. D. Astuti, A. M. Abrianto, dan I. N. Dwilaksana, (2022). Pemerintah Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal telah memberikan landasan hukum yang kuat bagi pelaksanaan sertifikasi halal. Implementasi kebijakan tersebut semakin diperkuat dengan hadirnya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang bertugas mengelola proses sertifikasi halal secara nasional. Kebijakan ini menunjukkan komitmen pemerintah dalam memberikan perlindungan kepada konsumen sekaligus meningkatkan daya saing produk nasional. R. Gustiana, (2023).

Pemberlakuan kewajiban sertifikasi halal bagi berbagai jenis produk memberikan peluang sekaligus tantangan bagi pelaku UMKM. Di satu sisi, sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka akses pasar yang lebih luas. Namun di sisi lain, masih banyak pelaku usaha mikro yang belum memahami pentingnya sertifikasi halal

maupun prosedur yang harus ditempuh untuk memperolehnya, Karim, M., et.al., (2023). Sertifikasi halal saat ini tidak lagi dipandang hanya sebagai pemenuhan kewajiban syariah, tetapi telah berkembang menjadi strategi pemasaran yang efektif. Produk yang memiliki sertifikat halal cenderung lebih mudah diterima oleh konsumen karena dianggap memiliki kualitas yang terjamin. Kondisi ini memberikan keuntungan kompetitif bagi pelaku usaha dibandingkan dengan produk sejenis yang belum tersertifikasi halal.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki hubungan yang positif terhadap minat beli konsumen. Konsumen muslim umumnya lebih percaya terhadap produk yang telah memiliki label halal resmi karena memberikan kepastian mengenai bahan baku, proses produksi, dan distribusi produk. Kepercayaan tersebut pada akhirnya mendorong peningkatan keputusan pembelian dan loyalitas konsumen terhadap produk UMKM, A. Muntholip dan N. Setiawan, (2025). Selain meningkatkan minat beli, sertifikasi halal juga berpengaruh terhadap penguatan daya saing usaha. Daya saing tidak hanya diukur dari kemampuan menjual produk, tetapi juga kemampuan usaha dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis, memperluas jaringan pemasaran, dan meningkatkan kualitas produk secara berkelanjutan. Sertifikasi halal menjadi salah satu faktor yang mampu memperkuat posisi UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, H. C. Wahyuni, et.al., (2023).

Provinsi Jambi merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM, terutama pada sektor makanan dan minuman. Pertumbuhan jumlah UMKM di wilayah ini menunjukkan perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Namun demikian, masih terdapat berbagai kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing produknya, salah satunya terkait kepemilikan sertifikasi halal. Kawasan Mendalo sebagai salah satu pusat aktivitas ekonomi dan pendidikan di Kabupaten Muaro Jambi memiliki jumlah pelaku usaha mikro yang terus berkembang. Keberadaan mahasiswa, dosen, dan masyarakat sekitar menciptakan pasar yang cukup potensial bagi produk-produk UMKM lokal. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk mampu meningkatkan kualitas produk agar tetap kompetitif di tengah meningkatnya ekspektasi konsumen.

Dalam praktiknya, tidak semua pelaku usaha mikro di Mendalo telah memiliki sertifikasi halal. Sebagian pelaku usaha masih menganggap bahwa proses sertifikasi halal membutuhkan biaya yang besar dan prosedur yang rumit. Padahal pemerintah telah menyediakan berbagai program fasilitasi sertifikasi halal gratis bagi UMKM melalui program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) yang dikelola BPJPH. Program SEHATI menjadi salah satu upaya pemerintah untuk mempercepat jumlah produk halal di Indonesia. Program ini

memberikan kesempatan kepada pelaku usaha mikro untuk memperoleh sertifikat halal tanpa dikenakan biaya tertentu melalui mekanisme *selfdeclare*. Kehadiran program tersebut diharapkan mampu meningkatkan partisipasi UMKM dalam proses sertifikasi halal sekaligus memperkuat daya saing usaha, I. Yuliani, (2024).

Meskipun berbagai program fasilitasi telah tersedia, tingkat kepemilikan sertifikat halal pada UMKM masih relatif rendah dibandingkan jumlah pelaku usaha yang ada. Rendahnya literasi halal, keterbatasan informasi, serta minimnya pendampingan menjadi faktor yang menyebabkan banyak pelaku usaha belum mengajukan sertifikasi halal. Di sisi lain, tren konsumsi produk halal terus mengalami peningkatan. Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya mengonsumsi produk yang halal dan aman mendorong perubahan perilaku konsumen. Konsumen kini tidak hanya memperhatikan harga dan kualitas produk, tetapi juga memperhatikan aspek legalitas dan sertifikasi yang dimiliki oleh produk tersebut. F. Fuadi, (2022).

Perubahan perilaku konsumen tersebut menjadikan sertifikasi halal sebagai salah satu faktor penting yang memengaruhi keberhasilan pemasaran produk UMKM. Pelaku usaha yang mampu memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen cenderung memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar yang dimiliki. Berdasarkan perspektif ekonomi syariah, sertifikasi halal juga memiliki fungsi sebagai instrumen perlindungan konsumen. Keberadaan sertifikat halal memberikan jaminan bahwa produk yang dikonsumsi telah memenuhi ketentuan syariah yang berlaku. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya memberikan manfaat bagi produsen, tetapi juga bagi konsumen sebagai pengguna produk. R. Gustiana, (2023).

Penelitian terdahulu lebih banyak membahas pengaruh sertifikasi halal terhadap minat beli konsumen, kesadaran halal, maupun implementasi kebijakan sertifikasi halal secara umum. Namun penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan sertifikasi halal dengan peningkatan daya saing dan penjualan usaha mikro pada tingkat lokal, khususnya di wilayah Mendalo, Jambi, masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian *(research gap)* yang perlu dikaji lebih lanjut. Analisis mengenai dampak sertifikasi halal terhadap perkembangan usaha mikro di tingkat lokal menjadi penting untuk mengetahui sejauh mana sertifikasi halal mampu memberikan manfaat ekonomi yang nyata bagi pelaku usaha. Untuk memperjelas posisi penelitian pada artikel ini, dapat kita lihat dengan menambahkan tabel *state of the art* (kebaruan penelitian) dan narasi analitis berikut pada bagian pendahuluan atau kajian pustaka.

Tabel 1. *State of the art* (kebaruan penelitian).

No	Peneliti dan Tahun	Fokus Penelitian	Temuan Utama	Kesenjangan Penelitian	Posisi Penelitian Saat Ini
1	Fuadi, Soemitra, & Nawawi (2022)	Implementasi sertifikasi halal pada UMKM	Sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM	Belum mengkaji dampak langsung terhadap daya saing dan penjualan pada wilayah tertentu	Mengkaji pengaruh sertifikasi halal terhadap daya saing dan penjualan usaha mikro secara spesifik di Mendalo, Jambi
2	Wahyuni et al. (2023)	Kesadaran pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal	Tingkat pemahaman pelaku usaha memengaruhi minat memperoleh sertifikasi halal	Fokus pada persepsi pelaku usaha, belum pada dampak ekonomi usaha	Menilai implikasi ekonomi sertifikasi halal melalui indikator daya saing dan peningkatan penjualan
3	Hidayat & Siradj (2021)	Sertifikasi halal dan keputusan pembelian konsumen	Label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian	Perspektif hanya dari sisi konsumen	Mengintegrasikan perspektif pelaku usaha dan kinerja bisnis setelah memperoleh sertifikasi halal
4	Mutia & Rahman (2024)	Pengembangan UMKM berbasis industri halal	Industri halal berpotensi memperluas pasar UMKM	Belum terdapat studi kontekstual pada usaha mikro di daerah berkembang	Memberikan gambaran empiris mengenai usaha mikro di kawasan Mendalo, Jambi yang sedang berkembang sebagai wilayah penyangga pendidikan dan ekonomi

Sumber: Diolah Penulis (2026)

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki peran penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat citra produk, serta mendukung pengembangan sektor UMKM. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek implementasi kebijakan, tingkat kesadaran pelaku usaha, dan pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen. Kajian yang secara khusus menganalisis hubungan antara sertifikasi halal dengan peningkatan daya saing usaha serta pertumbuhan penjualan pada skala usaha mikro masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian terdahulu umumnya dilakukan pada konteks UMKM secara luas dan belum banyak menyoroti kondisi usaha mikro di wilayah Mendalo, Kabupaten Muaro Jambi, yang memiliki karakteristik ekonomi unik sebagai kawasan berkembang dengan pertumbuhan aktivitas perdagangan yang cukup pesat. Padahal, dinamika pasar yang semakin kompetitif menuntut pelaku usaha mikro untuk memiliki keunggulan kompetitif yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas akses pasar.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menempati posisi sebagai upaya untuk mengisi kesenjangan penelitian (*research gap*) dengan menganalisis secara langsung bagaimana sertifikasi halal berkontribusi terhadap peningkatan daya saing dan penjualan usaha mikro di Mendalo, Jambi. Penelitian ini tidak hanya mengkaji aspek kepatuhan terhadap

regulasi halal, tetapi juga menilai implikasi ekonominya terhadap keberlangsungan dan pengembangan usaha mikro. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian ekonomi syariah serta kontribusi praktis bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan dalam mendorong pertumbuhan UMKM berbasis halal.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik maupun praktis dalam pengembangan literatur mengenai ekonomi syariah dan pemberdayaan UMKM. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah, BPJPH, maupun lembaga pendamping halal dalam merumuskan strategi peningkatan jumlah UMKM bersertifikat halal di wilayah Jambi. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran sertifikasi halal dalam meningkatkan daya saing dan penjualan usaha mikro di Mendalo, Jambi. Kajian ini menjadi penting mengingat sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan aspek regulatif dan religius, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam memperkuat posisi UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena sertifikasi halal dalam meningkatkan daya saing dan penjualan usaha mikro berdasarkan pengalaman, persepsi, serta praktik yang dilakukan oleh para pelaku usaha di Mendalo, Jambi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai realitas sosial yang terjadi di lapangan sehingga mampu mengungkap makna di balik perilaku dan keputusan pelaku usaha terkait sertifikasi halal (Creswell & Poth, 2018). Penelitian lapangan juga dianggap relevan karena data utama diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian melalui interaksi dengan informan yang terlibat dalam aktivitas usaha mikro (Moleong, 2018).

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta, karakteristik, dan hubungan antarfenomena yang diteliti tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel penelitian (Sugiyono, 2023). Dalam konteks penelitian ini, peneliti berupaya mendeskripsikan bagaimana implementasi sertifikasi halal serta dampaknya terhadap daya saing dan peningkatan penjualan usaha mikro di wilayah penelitian. Pendekatan deskriptif dipandang mampu menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai kondisi aktual yang dialami oleh pelaku usaha setelah memperoleh sertifikasi halal (Yin, 2018).

Penelitian ini dilaksanakan di kawasan Mendalo, Kabupaten Muaro Jambi, Provinsi Jambi. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa kawasan Mendalo merupakan salah satu wilayah yang mengalami pertumbuhan usaha mikro yang cukup pesat, terutama pada sektor makanan, minuman, dan produk olahan lainnya. Selain itu, keberadaan lingkungan pendidikan dan aktivitas ekonomi masyarakat yang dinamis menjadikan wilayah ini relevan untuk mengkaji pengaruh sertifikasi halal terhadap perkembangan usaha mikro.

Subjek penelitian terdiri atas pelaku usaha mikro yang telah memiliki sertifikat halal dan menjalankan kegiatan usahanya di wilayah Mendalo, Jambi. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2023). Kriteria informan meliputi pelaku usaha yang telah memperoleh sertifikat halal, aktif menjalankan usaha minimal satu tahun, serta bersedia memberikan informasi terkait perkembangan usaha setelah memperoleh sertifikasi halal. Teknik ini digunakan agar data yang diperoleh benar-benar sesuai dengan kebutuhan penelitian (Patton, 2015).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari informan melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan. Data primer digunakan untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman pelaku usaha dalam proses sertifikasi halal, perubahan tingkat penjualan, serta dampaknya terhadap daya saing usaha. Adapun data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen pendukung seperti sertifikat halal, laporan usaha, regulasi terkait jaminan produk halal, artikel ilmiah, buku, serta dokumen resmi lainnya yang relevan dengan fokus penelitian (Moleong, 2018).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi. Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung kondisi usaha, proses produksi, penerapan standar halal, penggunaan label halal pada kemasan produk, serta aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Melalui observasi, peneliti dapat memperoleh gambaran faktual mengenai implementasi sertifikasi halal dalam kegiatan usaha sehari-hari sehingga data yang diperoleh tidak hanya bersumber dari pernyataan informan, tetapi juga dari fakta yang ditemukan di lapangan (Creswell & Poth, 2018).

Selain observasi, penelitian ini juga menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*). Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Pertanyaan yang diajukan mencakup motivasi pelaku usaha dalam mengurus sertifikasi halal, proses yang dilalui selama pengajuan sertifikasi, manfaat yang dirasakan setelah memperoleh sertifikat halal, serta perubahan yang terjadi pada tingkat penjualan dan daya saing produk. Teknik wawancara mendalam dipilih

karena mampu menggali informasi secara lebih rinci dan mendalam sesuai dengan pengalaman informan (Kvale & Brinkmann, 2015).

Teknik dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan penelitian, seperti sertifikat halal, foto kegiatan usaha, data penjualan, materi promosi, dan dokumen administratif lainnya. Penggunaan dokumentasi bertujuan untuk memperkuat hasil penelitian sekaligus menjadi bukti pendukung terhadap informasi yang diperoleh dari informan (Sugiyono, 2023).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang terdiri atas tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan menyederhanakan data yang diperoleh selama proses penelitian. Selanjutnya, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi deskriptif sehingga memudahkan peneliti dalam memahami pola hubungan antar temuan. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan secara terus-menerus selama proses penelitian berlangsung hingga diperoleh temuan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014).

Subjek penelitian terdiri atas pelaku usaha mikro yang telah memiliki sertifikat halal dan menjalankan kegiatan usahanya di wilayah Mendalo, Kabupaten Muaro Jambi. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, jumlah informan sebanyak 10 orang pelaku usaha mikro yang bergerak di bidang makanan, minuman, dan produk olahan. Selain itu, penelitian juga melibatkan 2 informan pendukung yang berasal dari pendamping proses sertifikasi halal atau pihak yang memahami implementasi sertifikasi halal pada usaha mikro, sehingga total informan berjumlah 12 orang.

Karakteristik informan meliputi: (1) telah memiliki sertifikat halal yang masih berlaku; (2) menjalankan usaha secara aktif minimal satu tahun setelah memperoleh sertifikasi halal; (3) bergerak pada sektor usaha makanan, minuman, atau produk olahan yang memerlukan jaminan kehalalan; (4) memiliki catatan atau informasi mengenai perkembangan usaha, khususnya terkait penjualan dan pemasaran; serta (5) bersedia memberikan informasi secara terbuka mengenai pengalaman mereka selama proses sertifikasi halal dan dampaknya terhadap usaha yang dijalankan.

Pemilihan informan tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka memiliki pengalaman langsung terkait proses pengajuan sertifikasi halal, penerapan standar halal dalam kegiatan usaha, serta perubahan yang terjadi setelah memperoleh sertifikat halal. Dengan karakteristik tersebut, informan dinilai mampu memberikan data yang mendalam dan relevan mengenai pengaruh sertifikasi halal terhadap peningkatan daya saing dan penjualan usaha mikro di kawasan Mendalo, Kabupaten Muaro Jambi (Patton, 2015).

Tabel 2. Karakteristik Informan Penelitian.

Kategori Informan	Jumlah	Kriteria
Pelaku usaha mikro makanan	4 orang	Memiliki sertifikat halal dan aktif berusaha
Pelaku usaha mikro minuman	3 orang	Memiliki sertifikat halal dan aktif berusaha
Pelaku usaha mikro produk olahan	3 orang	Memiliki sertifikat halal dan aktif berusaha
Informan pendukung (pendamping halal/tokoh terkait)	2 orang	Memahami proses sertifikasi halal
Total	12 orang	-

Sumber: Data Peneliti 2026

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari beberapa informan yang berbeda, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu, peneliti juga melakukan *member check* kepada informan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Langkah ini dilakukan guna meningkatkan kredibilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas hasil penelitian sehingga temuan yang dihasilkan dapat dipercaya dan digunakan sebagai dasar pengambilan kesimpulan penelitian (Lincoln & Guba, 1985).



Diagram 1. Konseptual Posis Penelitian.

Diagram tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini berfokus pada mekanisme bagaimana sertifikasi halal berfungsi sebagai instrumen strategis yang mendorong daya saing usaha mikro dan pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan di wilayah Mendalo, Jambi. Ini menjadi nilai kebaruan utama dibandingkan penelitian-penelitian sebelumnya yang lebih banyak menitikberatkan pada aspek regulasi atau perilaku konsumen.

3. HASIL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki peran yang signifikan dalam mendukung pengembangan usaha mikro di wilayah Mendalo, Jambi. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap pelaku usaha JA Seafood Mendalo dan Teh Rempah, diperoleh informasi bahwa sertifikasi halal tidak hanya dipandang sebagai bentuk pemenuhan kewajiban regulasi dan syariat Islam, tetapi juga sebagai instrumen yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Para pelaku usaha menilai bahwa keberadaan sertifikat halal memberikan jaminan kepada konsumen mengenai kehalalan bahan baku, proses produksi, serta kualitas produk yang dipasarkan sehingga mampu menciptakan rasa aman dan nyaman dalam melakukan pembelian.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa proses sertifikasi halal memberikan dampak yang beragam terhadap perkembangan usaha mikro. Pada aspek daya saing, sertifikasi halal terbukti menjadi nilai tambah yang membedakan produk pelaku usaha dengan produk sejenis yang belum memiliki sertifikasi halal. Keberadaan sertifikat halal membantu pelaku usaha membangun citra positif dan meningkatkan kredibilitas usaha di mata konsumen. Selain itu, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya mengonsumsi produk halal menjadikan sertifikasi halal sebagai salah satu faktor yang semakin diperhatikan dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Kondisi ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki fungsi strategis sebagai instrumen penguatan posisi usaha mikro dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Lebih lanjut, hasil penelitian mengindikasikan bahwa pengaruh sertifikasi halal terhadap penjualan tidak selalu menunjukkan dampak yang sama pada setiap usaha. Beberapa pelaku usaha merasakan adanya peningkatan jumlah pelanggan dan volume penjualan setelah memperoleh sertifikat halal, sedangkan pelaku usaha lainnya belum merasakan peningkatan yang signifikan karena belum mengoptimalkan sertifikasi halal sebagai bagian dari strategi pemasaran. Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat ekonomi dari sertifikasi halal tidak hanya bergantung pada kepemilikan sertifikat itu sendiri, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengomunikasikan dan memanfaatkan sertifikasi halal sebagai sarana

promosi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, pembahasan pada penelitian ini difokuskan pada analisis peran sertifikasi halal dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, daya saing usaha, dan penjualan usaha mikro di Mendalo, Jambi.

Tabel 3. Ringkasan Temuan Penelitian Mengenai Dampak Sertifikasi Halal pada Usaha Mikro di Mendalo, Jambi.

Aspek yang Dianalisis	Temuan Lapangan	Dampak terhadap Usaha
Kepercayaan Konsumen	Konsumen merasa lebih yakin terhadap kehalalan bahan baku dan proses produksi setelah produk memiliki sertifikat halal.	Meningkatkan rasa aman konsumen dan memperkuat loyalitas pelanggan.
Citra dan Kredibilitas Usaha	Sertifikasi halal menjadi bukti komitmen usaha terhadap kualitas dan kepatuhan syariat.	Meningkatkan reputasi usaha dan citra produk di pasar.
Daya Saing Produk	Produk memiliki nilai tambah dibandingkan produk sejenis yang belum bersertifikat halal.	Memperkuat posisi usaha dalam menghadapi persaingan pasar.
Akses Pasar	Sertifikat halal memudahkan produk diterima oleh konsumen Muslim dan beberapa mitra usaha.	Membuka peluang perluasan pasar dan kerja sama usaha.
Penjualan Produk	Sebagian pelaku usaha mengalami peningkatan penjualan, sementara sebagian lainnya belum merasakan dampak signifikan.	Pengaruh terhadap penjualan bergantung pada strategi pemasaran yang diterapkan.
Strategi Promosi	Pelaku usaha yang mencantumkan logo halal dalam promosi digital lebih mudah menarik perhatian konsumen.	Sertifikasi halal berfungsi sebagai alat pemasaran dan diferensiasi produk.

Sumber: Data hasil wawancara dan observasi lapangan (2026).

Sertifikasi Halal dan Peningkatan Kepercayaan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk usaha mikro. Pelaku usaha JA Seafood Mendalo dan Teh Rempah menyatakan bahwa setelah memperoleh sertifikat halal, konsumen lebih yakin terhadap keamanan dan kehalalan produk yang mereka konsumsi. Kepercayaan tersebut muncul karena sertifikasi halal dianggap sebagai bentuk jaminan bahwa seluruh proses produksi telah memenuhi standar halal yang ditetapkan oleh pemerintah dan lembaga terkait. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa sertifikasi halal berperan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen karena memberikan kepastian mengenai kualitas, keamanan, dan kehalalan produk. Kepercayaan tersebut pada akhirnya dapat meningkatkan minat pembelian dan loyalitas pelanggan terhadap produk UMKM. (Syari et al., 2025)

Selain itu, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap konsumsi produk halal menyebabkan label halal menjadi salah satu pertimbangan utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Dalam konteks usaha mikro di Mendalo, sertifikasi halal tidak hanya

dipandang sebagai dokumen administratif, tetapi juga sebagai instrumen yang memperkuat hubungan antara produsen dan konsumen melalui peningkatan rasa percaya. (Hidayat & Witta, 2024).

Sertifikasi Halal sebagai Faktor Peningkat Daya Saing Usaha

Berdasarkan hasil wawancara, para pelaku usaha menilai bahwa sertifikasi halal memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan produk sejenis yang belum memiliki sertifikat halal. Keberadaan logo halal pada kemasan produk menjadi nilai tambah yang membedakan produk mereka di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Temuan ini mendukung penelitian Nurjamjam (2024) yang menyatakan bahwa sertifikasi halal dan penerapan jaminan mutu halal berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif UMKM di Jawa Barat. Sertifikasi halal tidak hanya meningkatkan legitimasi usaha tetapi juga memperkuat posisi produk dalam persaingan pasar.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Qomariyah (2023) yang menemukan bahwa mayoritas pelaku UMKM memandang sertifikasi halal sebagai sarana untuk meningkatkan daya saing produk, khususnya pada sektor makanan dan minuman. Sertifikasi halal mampu menciptakan diferensiasi produk yang sulit ditiru oleh pesaing sehingga menjadi salah satu sumber keunggulan kompetitif usaha mikro.

Tabel 4. Dampak Sertifikasi Halal terhadap Daya Saing Usaha Mikro.

Indikator Daya Saing	Sebelum Sertifikasi Halal	Setelah Sertifikasi Halal
Kepercayaan konsumen	Relatif terbatas pada pelanggan lama	Meningkat karena adanya jaminan halal
Diferensiasi produk	Sulit dibedakan dari pesaing	Memiliki nilai tambah melalui logo halal
Kredibilitas usaha	Bergantung pada reputasi pribadi	Didukung oleh pengakuan formal
Peluang kerja sama	Terbatas	Lebih terbuka untuk kemitraan dan pemasaran
Akses pasar	Lokal	Berpotensi menjangkau pasar yang lebih luas

Sumber: Hasil olah data penelitian (2026).

Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Penjualan Usaha Mikro

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh sertifikasi halal terhadap penjualan tidak bersifat seragam. Beberapa pelaku usaha melaporkan peningkatan jumlah pelanggan dan volume penjualan setelah memperoleh sertifikasi halal. Namun, terdapat pula pelaku usaha yang belum merasakan peningkatan signifikan karena belum memanfaatkan sertifikasi halal sebagai bagian dari strategi pemasaran usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal bukan satu-satunya faktor yang menentukan peningkatan penjualan. Keberhasilan sertifikasi halal dalam meningkatkan performa usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengintegrasikan sertifikasi halal ke dalam strategi promosi, pemasaran digital, dan

penguatan merek produk. Temuan ini sejalan dengan penelitian Fitri et al. (2023) yang menjelaskan bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan kinerja UMKM apabila didukung oleh inovasi dan strategi bisnis yang tepat. Penelitian terbaru mengenai implikasi sertifikasi halal bagi UMKM juga menyimpulkan bahwa manfaat ekonomi sertifikasi halal terlihat melalui peningkatan profitabilitas, perluasan pasar, dan penguatan citra produk, tetapi dampaknya sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan sertifikasi halal sebagai instrumen pemasaran strategis.

4. DISKUSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran sertifikasi halal dalam meningkatkan daya saing dan penjualan usaha mikro di kawasan Mendalo, Kabupaten Muaro Jambi. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang melibatkan pelaku usaha mikro yang telah memiliki sertifikat halal. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini berupaya memahami pengalaman dan persepsi pelaku usaha mengenai manfaat sertifikasi halal serta pengaruhnya terhadap perkembangan usaha yang dijalankan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya dipandang sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi dan prinsip syariah, tetapi juga sebagai instrumen strategis yang dapat mendukung pertumbuhan usaha mikro di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, diperoleh informasi bahwa sertifikasi halal memberikan dampak positif terhadap tingkat kepercayaan konsumen. Keberadaan sertifikat halal dianggap mampu memberikan jaminan mengenai kehalalan bahan baku, proses produksi, hingga produk yang dipasarkan kepada masyarakat. Kondisi ini mendorong munculnya rasa aman dan keyakinan konsumen dalam melakukan pembelian. Temuan tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki nilai yang tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk membangun hubungan yang lebih kuat antara pelaku usaha dan konsumen melalui peningkatan kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan.

Selain meningkatkan kepercayaan konsumen, sertifikasi halal juga berkontribusi terhadap penguatan daya saing usaha mikro. Dalam konteks persaingan usaha yang semakin ketat, sertifikasi halal menjadi salah satu bentuk diferensiasi produk yang dapat meningkatkan nilai tambah di mata konsumen. Pelaku usaha mengungkapkan bahwa kepemilikan sertifikat halal membantu memperkuat citra usaha, meningkatkan kredibilitas produk, serta membuka peluang pasar yang lebih luas. Temuan ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal telah

berkembang menjadi salah satu faktor penting yang mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha mikro, khususnya pada sektor makanan dan minuman yang mayoritas konsumennya berasal dari masyarakat Muslim.

Meskipun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dampak sertifikasi halal terhadap peningkatan penjualan tidak selalu sama pada setiap usaha mikro. Sebagian pelaku usaha merasakan peningkatan jumlah pelanggan dan volume penjualan setelah memperoleh sertifikat halal, sementara sebagian lainnya belum mengalami perubahan yang signifikan. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti strategi pemasaran, kemampuan promosi, pemanfaatan media digital, serta tingkat kesadaran konsumen terhadap keberadaan sertifikasi halal pada produk. Oleh karena itu, pembahasan dalam penelitian ini difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu peran sertifikasi halal dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, pengaruhnya terhadap daya saing usaha mikro, serta kontribusinya terhadap peningkatan penjualan usaha mikro di Mendalo, Jambi. Maka dari itu ada beberapa komponen yang relevan dan harus di bahas pada penelitian ini salah satunya yaitu, sebagai berikut:

Implementasi Sertifikasi Halal pada Usaha Mikro di Mendalo, Jambi

Implementasi sertifikasi halal pada usaha mikro di Mendalo, Jambi, menunjukkan adanya kesadaran yang semakin meningkat di kalangan pelaku usaha terhadap pentingnya legalitas dan jaminan kehalalan produk. Kesadaran tersebut tidak hanya didorong oleh faktor religius, tetapi juga oleh kebutuhan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat posisi usaha di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Sertifikasi halal saat ini telah berkembang menjadi instrumen strategis yang mampu memberikan nilai tambah bagi produk UMKM sehingga tidak lagi dipandang sekadar sebagai kewajiban administratif semata. (F. Fuadi, A. Soemitra, dan Z. M. Nawawi, 2022).

Berdasarkan hasil wawancara, JA Seafood Mendalo mulai mengurus sertifikasi halal setelah usaha berkembang dan memiliki jumlah pelanggan yang semakin meningkat. Pemilik usaha menyatakan bahwa alasan utama pengurusan sertifikasi halal adalah untuk memberikan jaminan kehalalan produk kepada konsumen yang mayoritas beragama Islam serta melengkapi legalitas usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku usaha mulai memahami bahwa sertifikasi halal dapat menjadi sarana untuk meningkatkan kredibilitas usaha sekaligus memperkuat hubungan kepercayaan dengan konsumen. Kondisi tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang menyebutkan bahwa sertifikasi halal menjadi salah satu bentuk perlindungan konsumen sekaligus instrumen peningkatan kualitas usaha mikro. (H. C. Wahyuni, et.al., 2023).

Temuan serupa juga terlihat pada usaha Teh Rempah yang mulai mengurus sertifikasi halal pada April 2025 dan memperoleh sertifikat halal sekitar tiga bulan kemudian. Pemilik usaha mengungkapkan bahwa meskipun usaha yang dijalankan masih berada pada skala UMKM, keberadaan sertifikat halal dianggap penting untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk yang dipasarkan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha telah menyadari perubahan perilaku konsumen yang semakin memperhatikan aspek kehalalan produk sebagai bagian dari pertimbangan dalam keputusan pembelian. Kesadaran tersebut menjadi modal penting dalam mendorong implementasi sistem jaminan produk halal pada sektor usaha mikro.

Dalam proses implementasinya, kedua pelaku usaha harus memenuhi berbagai persyaratan yang telah ditetapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Proses tersebut meliputi pengumpulan dokumen usaha, pendataan bahan baku, verifikasi sumber bahan yang digunakan, serta pemeriksaan proses produksi sebelum sertifikat halal diterbitkan. Pada JA Seafood Mendalo, salah satu tahapan yang cukup menantang adalah memastikan seluruh bahan baku seafood dan bahan pendukung memiliki informasi kehalalan yang jelas. Temuan ini menunjukkan bahwa implementasi sertifikasi halal tidak hanya berkaitan dengan dokumen administratif, tetapi juga menuntut adanya komitmen pelaku usaha dalam menjaga konsistensi penggunaan bahan yang sesuai dengan ketentuan halal.

Meskipun demikian, pelaksanaan sertifikasi halal masih menghadapi beberapa kendala. Berdasarkan hasil wawancara, JA Seafood mengalami kesulitan dalam pengumpulan dokumen dan verifikasi bahan baku, sedangkan Teh Rempah menghadapi kendala biaya serta keterbatasan jumlah produk yang dapat didaftarkan dalam satu kali proses sertifikasi. Pemilik Teh Rempah menjelaskan bahwa usaha mereka memiliki sekitar 30 menu, namun hanya sebagian yang dapat didaftarkan pada tahap awal sertifikasi. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek teknis dan administratif masih menjadi tantangan bagi sebagian pelaku UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal. Kondisi serupa juga ditemukan dalam penelitian Evriyenni dan Gebrina (2024) yang menyebutkan bahwa kurangnya pemahaman teknis serta kompleksitas persyaratan menjadi hambatan utama dalam implementasi sertifikasi halal pada UMKM. Di sisi lain, keberhasilan pelaku usaha memperoleh sertifikasi halal menunjukkan adanya efektivitas program pendampingan yang diberikan oleh berbagai pihak. Pemilik JA Seafood mengungkapkan bahwa kendala yang dihadapi selama proses sertifikasi dapat diatasi melalui pendampingan yang tersedia.

Pendampingan tersebut berperan penting dalam membantu pelaku usaha memahami prosedur sertifikasi, melengkapi dokumen yang diperlukan, serta memastikan seluruh tahapan berjalan sesuai ketentuan. Oleh karena itu, keberadaan pendamping proses halal menjadi salah satu faktor pendukung keberhasilan implementasi sertifikasi halal pada usaha mikro. Temuan ini memperkuat hasil penelitian yang menyatakan bahwa pendampingan memiliki peran strategis dalam meningkatkan jumlah UMKM yang berhasil memperoleh sertifikat halal. (H. C. Wahyuni, 2023).

Implementasi sertifikasi halal pada usaha mikro di Mendalo juga menunjukkan adanya orientasi pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas dan profesionalisme bisnis. Pada usaha Teh Rempah, sertifikasi halal tidak hanya dipandang sebagai jaminan kehalalan produk, tetapi juga sebagai bukti keseriusan pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis secara berkelanjutan. Hal tersebut terlihat dari upaya pemilik usaha untuk terus melengkapi legalitas produk serta memperluas jangkauan pemasaran melalui jaringan mitra yang telah tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Dengan demikian, sertifikasi halal menjadi bagian dari strategi pengembangan usaha yang mendukung pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang. (I. D. Astuti, 2022).

Berdasarkan keseluruhan temuan, implementasi sertifikasi halal pada usaha mikro di Mendalo, Jambi, dapat dikategorikan berjalan dengan baik meskipun masih menghadapi berbagai tantangan teknis dan administratif. Kesadaran pelaku usaha untuk mengurus sertifikasi halal didorong oleh kebutuhan meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat legalitas usaha, dan memperluas peluang pasar. Hasil penelitian ini juga mengonfirmasi temuan penelitian Agustina Mutia dan tim dari UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang menyatakan bahwa sertifikasi halal telah menjadi instrumen penting dalam meningkatkan kredibilitas usaha dan memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar. Oleh karena itu, implementasi sertifikasi halal perlu terus didukung melalui program pendampingan, penyederhanaan prosedur, dan perluasan akses layanan sertifikasi bagi pelaku usaha mikro sehingga manfaatnya dapat dirasakan secara lebih luas oleh UMKM di Indonesia.

Implementasi sertifikasi halal pada usaha mikro di Mendalo juga menunjukkan adanya perubahan orientasi pelaku usaha dari sekadar menjalankan usaha untuk memperoleh keuntungan menjadi usaha yang lebih profesional dan berorientasi pada standar mutu. Hasil wawancara dengan pemilik Teh Rempah menunjukkan bahwa sertifikasi halal dipandang sebagai bentuk keseriusan usaha dalam membangun kepercayaan pelanggan dan memperkuat legalitas produk. Meskipun belum memberikan peningkatan penjualan yang signifikan, keberadaan sertifikat halal membuat pelaku usaha lebih percaya diri dalam memperkenalkan

produk kepada masyarakat. Temuan ini sejalan dengan penelitian Shulhah Nurullaily (2025). yang menemukan bahwa implementasi sistem jaminan produk halal mampu meningkatkan daya saing usaha melalui penguatan kredibilitas produk, peningkatan kepercayaan konsumen, serta perluasan peluang pasar bagi UMKM. Penelitian tersebut juga menegaskan bahwa sertifikasi halal telah berkembang menjadi instrumen strategis yang mendukung keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. (Nurullaily, S. 2025).

Selain itu, hasil penelitian Shulhah Nurullaily (2025) menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian masyarakat karena mampu meningkatkan keyakinan konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk yang dikonsumsi. Temuan tersebut relevan dengan hasil penelitian ini, di mana pemilik JA Seafood Mendalo mengungkapkan bahwa setelah memperoleh sertifikat halal, pelanggan menjadi lebih yakin dan tidak lagi meragukan kehalalan produk yang dijual. Bahkan beberapa konsumen secara khusus menanyakan status halal produk sebelum melakukan pembelian. Kondisi ini menunjukkan bahwa implementasi sertifikasi halal tidak hanya berdampak pada aspek legalitas usaha, tetapi juga berkontribusi dalam membangun hubungan kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen yang pada akhirnya dapat memperkuat posisi usaha di pasar. (A. D. Novita, et.al., 2023).

Sertifikasi Halal sebagai Instrumen Peningkatan Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu usaha, terutama pada sektor usaha mikro yang sangat bergantung pada loyalitas pelanggan. Dalam konteks produk makanan dan minuman, kepercayaan konsumen tidak hanya dibangun melalui kualitas produk dan pelayanan, tetapi juga melalui jaminan kehalalan yang diberikan kepada konsumen. Sertifikasi halal berfungsi sebagai bukti bahwa produk yang dipasarkan telah melalui proses pemeriksaan dan verifikasi sesuai standar yang ditetapkan sehingga mampu memberikan rasa aman bagi konsumen dalam mengonsumsi produk tersebut. Oleh karena itu, sertifikasi halal menjadi salah satu instrumen penting dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM. (A. Muntholip dan N. Setiawan, 2025).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik JA Seafood Mendalo, diperoleh informasi bahwa setelah usaha memperoleh sertifikat halal, pelanggan menjadi lebih yakin terhadap produk yang ditawarkan. Sebelum adanya sertifikat halal, beberapa konsumen masih menanyakan status kehalalan produk, terutama terkait bahan baku dan proses pengolahannya. Namun setelah sertifikat halal diterbitkan, keraguan tersebut berkurang karena konsumen memperoleh kepastian dari lembaga resmi yang berwenang. Temuan ini menunjukkan bahwa

sertifikasi halal berfungsi sebagai alat legitimasi yang mampu meningkatkan kredibilitas usaha di mata konsumen sekaligus memperkuat hubungan kepercayaan antara produsen dan pelanggan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pada usaha Teh Rempah, sertifikasi halal memberikan dampak psikologis yang positif bagi konsumen. Sebagai produk yang relatif baru di Kota Jambi dan menggunakan berbagai bahan herbal seperti bunga telang, rosella, dan rempah-rempah, sebagian konsumen awalnya memiliki keraguan terhadap komposisi produk yang digunakan. Kehadiran sertifikasi halal membantu pelaku usaha memberikan penjelasan yang lebih meyakinkan kepada konsumen mengenai keamanan dan kehalalan bahan yang digunakan. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai dokumen legalitas, tetapi juga menjadi media komunikasi yang efektif antara produsen dan konsumen.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Ade Dea Novita, Agustina Mutia, dan Awal Habibah yang menemukan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian masyarakat pada usaha Ilhamumtaza Jambi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa konsumen cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap produk yang telah memiliki sertifikasi halal karena dianggap lebih terjamin dari aspek kualitas, keamanan, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Kepercayaan tersebut kemudian mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang sehingga memberikan keuntungan bagi pelaku. (A. D. Novita, et.al., 2023). Selain sertifikasi halal, tingkat kesadaran halal *(halal awareness)* masyarakat juga berperan dalam membentuk kepercayaan konsumen. Meningkatnya pemahaman masyarakat mengenai pentingnya mengonsumsi produk halal menyebabkan konsumen semakin selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Konsumen tidak hanya memperhatikan harga dan kualitas produk, tetapi juga mempertimbangkan legalitas halal sebagai bentuk perlindungan terhadap hak-hak mereka sebagai konsumen Muslim. Kondisi ini menjadikan sertifikasi halal sebagai salah satu faktor yang semakin diperhatikan dalam proses pengambilan keputusan pembelian. (N. Sutriani, 2024).

Penelitian Agustina Mutia bersama Nurul Ismainy Putri dan Ogi Saputra juga menemukan bahwa label halal memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada UMKM Pempek Dua Putri di Kota Jambi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa keberadaan label halal mampu meningkatkan keyakinan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan sehingga mendorong munculnya minat untuk melakukan pembelian. Temuan ini relevan dengan hasil penelitian pada JA Seafood dan Teh Rempah yang menunjukkan bahwa konsumen merasa lebih nyaman dan tidak ragu dalam membeli produk setelah adanya sertifikasi halal. (N. I. Putri, 2023). Lebih lanjut, kepercayaan konsumen yang terbentuk

melalui sertifikasi halal juga berkontribusi terhadap peningkatan citra usaha. Sertifikasi halal memberikan kesan bahwa pelaku usaha memiliki komitmen terhadap kualitas produk, transparansi bahan baku, dan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku. Citra positif tersebut menjadi modal sosial yang penting bagi usaha mikro dalam membangun loyalitas pelanggan serta memperluas jangkauan pasar. Semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dimiliki konsumen, semakin besar pula peluang usaha untuk mempertahankan pelanggan dan menarik konsumen baru. (M. N. Putri, 2024).

Berdasarkan hasil penelitian dan berbagai kajian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap usaha mikro di Mendalo, Jambi. Sertifikasi halal memberikan jaminan mengenai kehalalan produk, mengurangi keraguan konsumen, meningkatkan keyakinan dalam melakukan pembelian, serta memperkuat citra positif usaha. Temuan ini mengonfirmasi bahwa kepercayaan konsumen merupakan salah satu manfaat utama yang diperoleh pelaku usaha setelah memperoleh sertifikasi halal. Oleh karena itu, sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pemenuhan regulasi, tetapi juga sebagai strategi untuk membangun hubungan jangka panjang antara pelaku usaha dan konsumen melalui peningkatan kepercayaan yang berkelanjutan. (A. D. Novita, 2023).

Peran Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro

Daya saing merupakan kemampuan suatu usaha untuk mempertahankan keberlangsungan bisnisnya sekaligus memenangkan persaingan pasar melalui keunggulan yang dimiliki dibandingkan kompetitor. Dalam konteks usaha mikro, daya saing tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk dan harga, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam membangun kepercayaan konsumen serta memenuhi standar yang dibutuhkan pasar. Salah satu instrumen yang semakin penting dalam meningkatkan daya saing usaha mikro di Indonesia adalah sertifikasi halal. Sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai bukti kepatuhan terhadap ketentuan syariah, tetapi juga menjadi nilai tambah yang dapat meningkatkan posisi kompetitif suatu produk di pasar lokal maupun nasional. (A. Muntholip dan N. Setiawan, 2025).

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik JA Seafood Mendalo menyatakan bahwa sertifikat halal menjadi salah satu keunggulan usaha yang membedakan produknya dari usaha seafood lain yang belum memiliki sertifikasi halal. Menurut informan, keberadaan sertifikat halal memberikan nilai tambah yang mampu meningkatkan keyakinan konsumen sehingga usaha lebih mudah memperoleh kepercayaan pasar. Temuan ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal berfungsi sebagai bentuk diferensiasi produk *(product differentiation)* yang dapat

memperkuat posisi usaha dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.

Pada usaha Teh Rempah, sertifikasi halal juga dipandang sebagai bentuk profesionalitas usaha yang dapat meningkatkan kredibilitas produk di mata konsumen. Sebagai produk minuman herbal yang tergolong baru di Kota Jambi, Teh Rempah menghadapi tantangan dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Oleh karena itu, sertifikasi halal digunakan sebagai salah satu instrumen untuk menunjukkan bahwa produk yang dipasarkan telah memenuhi standar keamanan dan kehalalan yang ditetapkan. Dengan demikian, sertifikasi halal berfungsi sebagai alat untuk membangun citra usaha yang lebih profesional dan terpercaya. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Raisa Fitri yang menyatakan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM melalui peningkatan kinerja pasar dan kemampuan usaha dalam menjangkau konsumen yang lebih luas. Sertifikasi halal mampu menciptakan keunggulan kompetitif karena memberikan jaminan kualitas yang diakui oleh masyarakat sehingga produk memiliki nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan produk yang belum bersertifikat halal. (R. Fitri, 2024).

Peningkatan daya saing melalui sertifikasi halal juga terlihat dari semakin terbukanya peluang akses pasar bagi pelaku usaha. Produk yang telah memiliki sertifikat halal cenderung lebih mudah diterima oleh konsumen Muslim karena dianggap lebih aman dan sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, sertifikasi halal juga menjadi salah satu persyaratan yang mulai diperhatikan dalam kerja sama bisnis, pemasaran digital, maupun pengembangan jaringan distribusi produk. Oleh sebab itu, kepemilikan sertifikat halal dapat membantu usaha mikro memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kemampuan bersaing secara berkelanjutan. (Evriyenni dan P. Gebrina, 2024). Hasil penelitian Shulhah Nurullaily juga menunjukkan bahwa sertifikasi halal mampu meningkatkan daya saing UMKM melalui penguatan kepercayaan konsumen dan peningkatan citra produk. Dalam penelitian pada usaha pisang sale di Kabupaten Bungo, Jambi, ditemukan bahwa sertifikasi halal memberikan nilai tambah yang mendorong produk lebih mudah diterima oleh pasar dan memiliki peluang yang lebih besar untuk berkembang. Sertifikasi halal tidak hanya menjadi simbol kehalalan produk, tetapi juga menjadi strategi bisnis yang mendukung pertumbuhan usaha dalam jangka panjang. (Nurullaily, S, 2025).

Selain memberikan nilai tambah pada produk, sertifikasi halal juga mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas manajemen usaha. Dalam proses sertifikasi, pelaku usaha dituntut untuk melakukan pencatatan bahan baku, menjaga konsistensi proses produksi, dan menerapkan sistem jaminan produk halal secara berkelanjutan. Kondisi ini secara tidak langsung meningkatkan kualitas pengelolaan usaha sehingga produk yang dihasilkan menjadi

lebih terstandar dan mampu bersaing dengan produk lain di pasar. Dengan kata lain, sertifikasi halal tidak hanya meningkatkan daya saing dari sisi pemasaran, tetapi juga dari sisi tata kelola usaha. (M. S. Al Munawar, 2023). Lebih lanjut, keberadaan sertifikasi halal dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif bagi usaha mikro. Konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan harga dan kualitas produk, tetapi juga memperhatikan aspek legalitas dan kejelasan informasi produk. Oleh karena itu, pelaku usaha yang telah memiliki sertifikat halal memiliki peluang yang lebih besar untuk memperoleh kepercayaan konsumen dibandingkan usaha yang belum memiliki sertifikasi halal. Kondisi ini menjadikan sertifikasi halal sebagai salah satu instrumen pemasaran yang mampu memperkuat posisi usaha di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis. (H. C. Wahyuni, 2023).

Berdasarkan hasil penelitian dan berbagai kajian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan daya saing usaha mikro di Mendalo, Jambi. Sertifikasi halal memberikan nilai tambah berupa peningkatan kepercayaan konsumen, penguatan citra usaha, perluasan akses pasar, serta peningkatan kualitas manajemen usaha. Temuan pada JA Seafood Mendalo dan Teh Rempah menunjukkan bahwa sertifikasi halal telah menjadi salah satu faktor yang membantu usaha memperoleh keunggulan kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kewajiban regulasi, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mikro.

Dampak Sertifikasi Halal terhadap Penjualan Usaha Mikro

Penjualan merupakan salah satu indikator utama yang digunakan untuk mengukur keberhasilan suatu usaha. Bagi usaha mikro, peningkatan penjualan tidak hanya menunjukkan bertambahnya jumlah transaksi, tetapi juga mencerminkan meningkatnya kepercayaan konsumen, efektivitas strategi pemasaran, dan kemampuan usaha dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan pasar. Dalam beberapa tahun terakhir, sertifikasi halal telah menjadi salah satu faktor yang diyakini dapat mendorong peningkatan penjualan produk UMKM karena memberikan jaminan kehalalan dan kualitas produk yang dibutuhkan oleh konsumen Muslim. Oleh karena itu, sertifikasi halal tidak hanya memiliki nilai religius, tetapi juga nilai ekonomi yang berpotensi meningkatkan kinerja penjualan suatu usaha. (N. I. Putri, 2023).

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik JA Seafood Mendalo menyatakan bahwa setelah memperoleh sertifikasi halal terjadi peningkatan jumlah pelanggan yang berdampak pada meningkatnya volume penjualan. Peningkatan tersebut terlihat dari bertambahnya konsumen yang datang langsung ke lokasi usaha maupun pelanggan yang melakukan pemesanan melalui

platform digital seperti WhatsApp, GoFood, dan GrabFood. Menurut informan, keberadaan sertifikat halal memberikan rasa aman kepada konsumen sehingga mereka lebih yakin untuk melakukan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal mampu menjadi faktor pendukung yang memperkuat keputusan pembelian konsumen dan berkontribusi terhadap peningkatan penjualan usaha.

Hasil yang berbeda ditemukan pada usaha Teh Rempah. Pemilik usaha mengungkapkan bahwa setelah memperoleh sertifikasi halal belum terjadi peningkatan penjualan yang signifikan. Meskipun demikian, sertifikat halal memberikan manfaat berupa meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Informan menjelaskan bahwa sertifikasi halal belum dimanfaatkan secara optimal sebagai bagian dari strategi promosi sehingga sebagian besar konsumen belum mengetahui bahwa produk tersebut telah bersertifikat halal. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepemilikan sertifikat halal saja belum tentu secara otomatis meningkatkan penjualan apabila tidak didukung oleh strategi komunikasi dan pemasaran yang efektif.

Perbedaan temuan pada kedua usaha tersebut menunjukkan bahwa dampak sertifikasi halal terhadap penjualan dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah strategi promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Sertifikasi halal dapat memberikan manfaat ekonomi apabila informasi mengenai status halal produk dikomunikasikan secara aktif kepada konsumen melalui berbagai media pemasaran. Semakin banyak konsumen yang mengetahui bahwa suatu produk telah memiliki sertifikat halal, semakin besar pula peluang terjadinya peningkatan minat beli dan transaksi penjualan. Dengan demikian, sertifikasi halal perlu diposisikan sebagai bagian dari strategi pemasaran usaha, bukan hanya sebagai dokumen legalitas semata. (Fauji, I., et.al., 2022).

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Ade Dea Novita, Agustina Mutia, dan Awal Habibah yang menemukan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian masyarakat pada usaha Ilhamumtaza Jambi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung membeli produk yang telah memiliki sertifikasi halal karena dianggap lebih aman, terpercaya, dan sesuai dengan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat Muslim. Keputusan pembelian yang meningkat pada akhirnya berkontribusi terhadap pertumbuhan penjualan produk yang dipasarkan oleh pelaku usaha. (A. D. Novita, 2023).

Selain memengaruhi keputusan pembelian, sertifikasi halal juga berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Konsumen yang telah memiliki pengalaman positif terhadap produk bersertifikat halal cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan

produk tersebut kepada orang lain. Loyalitas pelanggan menjadi faktor penting dalam meningkatkan penjualan karena mampu menciptakan pelanggan tetap yang memberikan kontribusi pendapatan secara berkelanjutan bagi usaha mikro. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan jangka pendek, tetapi juga mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. (Rafiuddin, M., 2024).

Penelitian Nurul Ismainy Putri, Agustina Mutia, dan Ogi Saputra juga menunjukkan bahwa label halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen Muslim di Kota Jambi. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa konsumen merasa lebih yakin untuk membeli produk yang memiliki label halal karena dianggap lebih terjamin dari sisi kualitas dan keamanan. Minat beli yang tinggi menjadi salah satu faktor yang mendorong peningkatan volume penjualan produk UMKM. Temuan ini memperkuat hasil penelitian pada JA Seafood Mendalo yang mengalami peningkatan jumlah pelanggan setelah memperoleh sertifikasi halal. (N. I. Putri, 2023).

Pada era digital saat ini, dampak sertifikasi halal terhadap penjualan juga semakin terlihat melalui platform pemasaran daring. Banyak konsumen yang menjadikan status halal sebagai salah satu pertimbangan sebelum melakukan pembelian secara online. Produk yang mencantumkan informasi sertifikasi halal pada kemasan maupun media promosi digital cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dibandingkan produk yang tidak memiliki informasi tersebut. Oleh karena itu, pemanfaatan sertifikasi halal sebagai bagian dari strategi pemasaran digital dapat menjadi peluang yang efektif untuk meningkatkan penjualan usaha mikro dan memperluas jangkauan pasar. (I. D. Astuti, 2022).

Berdasarkan hasil penelitian dan berbagai kajian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal memiliki dampak positif terhadap penjualan usaha mikro, meskipun tingkat pengaruhnya berbeda pada setiap usaha. Pada JA Seafood Mendalo, sertifikasi halal terbukti berkontribusi terhadap peningkatan jumlah pelanggan dan volume penjualan, sedangkan pada Teh Rempah manfaat yang dirasakan lebih dominan pada aspek peningkatan kepercayaan konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal akan memberikan dampak yang lebih optimal terhadap penjualan apabila diintegrasikan dengan strategi pemasaran yang efektif. Dengan demikian, sertifikasi halal dapat dipandang sebagai investasi jangka panjang yang tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga mendukung pertumbuhan penjualan dan keberlanjutan usaha mikro di Mendalo, Jambi.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian mengenai Analisis Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Daya Saing dan Penjualan Usaha Mikro di Mendalo, Jambi, dapat disimpulkan bahwa implementasi sertifikasi halal pada usaha mikro telah berjalan dengan baik dan memberikan berbagai manfaat bagi pengembangan usaha. Pelaku usaha mengurus sertifikasi halal tidak hanya untuk memenuhi aspek legalitas dan kepatuhan terhadap syariat Islam, tetapi juga sebagai upaya meningkatkan kredibilitas usaha dan memberikan jaminan kehalalan produk kepada konsumen. Meskipun dalam prosesnya masih ditemukan beberapa kendala, seperti pengumpulan dokumen, keterbatasan biaya, serta lamanya proses penerbitan sertifikat, pelaku usaha tetap memandang sertifikasi halal sebagai kebutuhan penting dalam pengembangan bisnis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal berperan signifikan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Keberadaan sertifikat halal memberikan rasa aman dan keyakinan kepada konsumen terhadap produk yang dikonsumsi, sehingga mengurangi keraguan mengenai bahan baku maupun proses produksi yang digunakan. Pada usaha JA Seafood Mendalo dan Teh Rempah, sertifikasi halal terbukti mampu memperkuat citra positif usaha serta meningkatkan tingkat kepercayaan pelanggan. Kondisi ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal telah menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian, khususnya di lingkungan masyarakat yang mayoritas beragama Islam.

Selain meningkatkan kepercayaan konsumen, sertifikasi halal juga berkontribusi terhadap peningkatan daya saing usaha mikro. Sertifikat halal menjadi nilai tambah yang membedakan produk dengan produk sejenis yang belum memiliki sertifikasi halal. Keberadaan sertifikat halal membantu pelaku usaha membangun citra profesional, memperluas akses pasar, serta meningkatkan posisi kompetitif di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pemenuhan regulasi, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif bagi usaha mikro.

Pada aspek penjualan, penelitian menemukan bahwa dampak sertifikasi halal berbeda pada setiap usaha. JA Seafood Mendalo mengalami peningkatan jumlah pelanggan dan volume penjualan setelah memperoleh sertifikasi halal, sedangkan Teh Rempah belum merasakan peningkatan penjualan yang signifikan meskipun terjadi peningkatan kepercayaan konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan sertifikasi halal dalam meningkatkan penjualan tidak hanya bergantung pada kepemilikan sertifikat halal, tetapi juga dipengaruhi oleh strategi pemasaran dan kemampuan pelaku usaha dalam mengomunikasikan status halal produknya

kepada konsumen. Oleh karena itu, sertifikasi halal perlu diintegrasikan dengan strategi promosi yang efektif agar manfaat ekonominya dapat dirasakan secara optimal.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa sertifikasi halal merupakan instrumen strategis yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat daya saing, dan mendukung pertumbuhan penjualan usaha mikro di Mendalo, Jambi. Oleh karena itu, diperlukan dukungan berkelanjutan dari pemerintah, BPJPH, lembaga pendamping halal, dan berbagai pihak terkait untuk mempermudah akses sertifikasi halal bagi UMKM melalui penyederhanaan prosedur, percepatan layanan, serta perluasan program pendampingan. Dengan semakin banyaknya usaha mikro yang memperoleh sertifikasi halal, diharapkan tercipta ekosistem usaha yang lebih kompetitif, terpercaya, dan berkelanjutan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah maupun nasional.

DAFTAR REFERENSI

Astuti, I. D., Abrianto, A. M., & Dwilaksana, I. N. (2022). Cek-Prodaku: Standarisasi mutu produk halal UMKM untuk memenuhi pasar global. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8*(1), 196. https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4526

Azhari, F. J., Rachmayani, N., & Aufi, I. (2025). Sertifikasi halal mempengaruhi peningkatan daya saing UMKM di Jakarta. *JUTITI, 5*(2). https://doi.org/10.55606/jutiti.v5i2.5739

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

Evriyenni, E., & Gebrina, P. (2024). Dinamika sertifikasi halal melalui skema self declare pada UMKM di Aceh: Tantangan, peluang dan strategi akselerasi daya saing usaha. *Ekobis Syariah, 8*(2), 59. https://doi.org/10.22373/ekobis.v8i2.25843

Faikoh, D., & Anwar, A. Z. (2025). Implementasi penerapan standar jaminan produk halal pada produk UMK (Usaha Mikro dan Kecil) bersertifikat halal. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, 8*(1), 16–29. https://doi.org/10.25299/syarikat.2025.vol8(1).21626

Fauji, I., Latifah, F. N., Anwar, N., Masrurin, U., & Pratama, W. (2022). Pemberdayaan UMKM Sukodono melalui pendampingan pengurusan sertifikasi halal. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat), 6*(1), 267. https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v6i1.2550

Fitri, R. (2024). Sertifikasi halal dan pengaruhnya terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen dan Profesional, 5*(2). https://doi.org/10.32815/jpro.v5i2.2326

Fitri, R., Sudarmiatin, & Lia, D. A. Z. (2023). Urgency of halal certification on the performance of MSMEs. *Journal of Economics Finance and Management Studies, 6*(10). https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i10-12

Fuadi, Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2022). Studi literatur implementasi sertifikasi halal produk UMKM. *Jurnal EMT KITA, 6*(1), 118–125. https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.541

Gustiana, R. (2023). Efektifitas BPJPH terhadap sertifikasi halal produk UMKM Indonesia. *Al-Maqrizi: Jurnal Ekonomi Syariah dan Studi Islam, 1*(1), 1–21.

https://doi.org/10.32493/amq.v1i1.31673

Hadi Mustofa, B., & Luhur Prasetiyo. (2024). Strategi pengembangan bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui sertifikasi halal di Kabupaten Ponorogo. *Istithmar, 7*(2). https://doi.org/10.30762/istithmar.v7i2.716

Hidayat, M. T., & Witta, S. R. (2024). Halal certification and implications for MSMEs: A systematic literature review. *Journal of Business Management and Islamic Banking, 3*(1), 151–166. https://doi.org/10.14421/jbmib.v3i1.2373

Karim, M., Karim, B., Hasan, M., Kamil, M. R., & Elliza R, R. (2024). Sosialisasi, edukasi dan pendampingan sertifikasi halal melalui platform digital Sihalal bagi UMKM di Kecamatan Burneh Bangkalan. *Keris: Journal of Community Engagement, 4*(1), 52–63. https://doi.org/10.55352/keris.v4i1.894

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (3rd ed.). SAGE Publications.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.

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

Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.

Munawar, M. S. Al, Rohmah, M., Rahmadi, A., Marwati, & Rachmawati, M. (2023). Penerapan sistem jaminan produk halal pada UMKM untuk meningkatkan daya saing produk. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M), 4*(1), 165–176. https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i1.19996

Muntholip, Abd., & Setiawan, N. (2025). Sertifikasi halal dan daya saing UMKM di Indonesia: Studi systematic literature review. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi Medan, 7*(1), 26–38. https://doi.org/10.47709/jumansi.v7i1.5257

Novita, A. D., Mutia, A., & Habibah, A. (2023). Pengaruh digital marketing dan sertifikasi halal produk terhadap keputusan pembelian masyarakat pada usaha Ilhamumtaza Jambi. *Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah, 1*(5), 275–292. https://doi.org/10.59059/mutiara.v1i5.499

Nurjamjam, S. (2024). The influence of halal certification and halal quality assurance practices on business competitive advantage: Case study of MSMEs in West Java. *Indonesian Journal of Halal Studies, 1*(1), 69–80. https://doi.org/10.18326/ijhs.v1i1.69-80

Nurul H., Fadillah, I., Intan, S. M., & Yunus, M. (2025). Tantangan sertifikasi halal pada UMKM di Indonesia: Studi kualitatif terhadap aspek sosialisasi, biaya, dan regulasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 5*(2), 78–89. https://doi.org/10.55606/jebaku.v5i2.5335

Nurul, I. P., Agustina, M., & Ogi, S. (2023). Pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen Pempek Dua Putri pada masyarakat Muslim Kota Jambi. *Journal Sains Student Research, 1*(2). https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.38

Nurullaily, S. (2026). Model integratif pengaruh sertifikasi halal, literasi keuangan syariah, dan adopsi digital terhadap kinerja dan daya saing UMKM halal di Yogyakarta. *Jurnal Lentera Bisnis, 15*(1), 1818–1832. https://doi.org/10.34127/jrlab.v15i1.2131

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.

Putri, M. N., Mutia, A., & Siregar, E. S. (2023). Pengaruh label halal, brand image dan lifestyle

terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim di Restoran Ichiban Jamtos Jambi. *Journal of Student Research, 1*(6), 257–275. https://doi.org/10.55606/jsr.v1i6.1808

Qomariyah, N. (2023). Persepsi pelaku UMKM terhadap kepemilikan sertifikasi halal untuk meningkatkan daya saing produk UMKM Madura. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9*(3), 3858–3863. https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9314

Rafiuddin, M., Ramadhan, D. A., & Azizah, S. N. (2024). Halal certification for MSMEs: Navigating perceptions and implementations through the lens of Maslahah Mursalah. *Muttaqien: Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies, 5*(2), 135–151. https://doi.org/10.52593/mtq.05.2.03

Rahmanita, R., Dwiyanti, N. F., & Nurhamidah, N. S. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat UMKM dalam melakukan sertifikasi halal. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues, 3*(2), 91–99. https://doi.org/10.30653/ijma.202332.92

Savitri, N. A., & Putra, R. R. (2022). Sosialisasi sistem jaminan halal bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Sewagati, 6*(2). https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i2.217

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.

Syafat, S. N. N., Hidayah, N., & Maghfiroh, N. (2024). Observasi dan pengenalan pedagang terhadap sertifikasi halal. *Bijaksana: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1*(2), 36–40. https://doi.org/10.33084/bijaksana.v1i2.6341

Syari, A. Y., Imtinan, H. A., Yasmin, G. M., & Wiryanto, F. S. (2025). Peran sertifikasi halal pada UMKM dalam memperkuat ekonomi syariah di Indonesia. *Journal of Halal Industry Studies, 4*(1), 1–13. https://doi.org/10.53088/jhis.v4i1.1419

Wahyuni, H. C., Handayani, P., & Wulandari, T. (2023). Pendampingan sertifikasi halal untuk meningkatkan daya saing produk UMKM. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 6*(1), 17–25. https://doi.org/10.35914/tomaega.v6i1.1271

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.