



Analisis Program Sertifikasi Halal sebagai Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Mikro Kecil di Kab Bangkalan

Umi Khozinatul Khoiriyah ^{1*}, Hildah Meliyana ², Muawanah ³, Muhammad Ersya Faraby ⁴

¹⁻⁴ Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

*Penulis korespondensi : Unanaina44@gmail.com

Abstract. *This study analyzes the implementation of the Halal Certification Program as an application of Islamic Business Ethics (IBE) in Micro and Small Enterprises (MSEs) in Bangkalan Regency, Madura. Bangkalan, with its predominantly Muslim population, necessitates business practices aligned with Islamic values, particularly halal and thayyib. Despite the regulatory mandate for halal certification through Law No. 33 of 2014, adoption among MSEs remains low. This research employs a descriptive qualitative approach, gathering data through in-depth interviews and field observations from MSEs in Bangkalan. The study aims to identify the challenges and effectiveness of the Halal Certification Program in fostering sharia accountability at the grassroots level. Findings reveal that while MSEs generally understand the concept of halal, challenges persist in implementation due to limited knowledge, administrative complexities, and perceived high costs. The role of local government and Halal Centers in facilitating certification is crucial but requires enhanced effectiveness. The implications of this study suggest the need for tailored strategies to address these barriers, promote ethical business practices, and enhance consumer trust, thereby supporting the vision of Indonesia as a global halal industry hub.*

Keywords: *Bangkalan, Halal Certification, Halal Centers, Islamic Business Ethics, Micro Small Enterprises*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis implementasi Program Sertifikasi Halal sebagai penerapan Etika Bisnis Islam (EBI) pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kabupaten Bangkalan, Madura. Bangkalan, dengan mayoritas penduduk Muslim, mengharuskan praktik bisnis yang selaras dengan nilai-nilai Islam, terutama halal dan thayyib. Meskipun ada mandat regulasi sertifikasi halal melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014, adopsi di kalangan UMK masih rendah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan dari UMK di Bangkalan. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan efektivitas Program Sertifikasi Halal dalam mendorong akuntabilitas syariah di tingkat akar rumput. Temuan mengungkapkan bahwa meskipun UMK umumnya memahami konsep halal, tantangan tetap ada dalam implementasinya karena keterbatasan pengetahuan, kompleksitas administratif, dan persepsi biaya tinggi. Peran pemerintah daerah dan Halal Center dalam memfasilitasi sertifikasi sangat penting tetapi memerlukan peningkatan efektivitas. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan perlunya strategi yang disesuaikan untuk mengatasi hambatan ini, mempromosikan praktik bisnis yang etis, dan meningkatkan kepercayaan konsumen, sehingga mendukung visi Indonesia sebagai pusat industri halal global.

Kata kunci: Bangkalan, Etika Bisnis Islam, Halal Center, Sertifikasi Halal, Usaha Mikro Kecil

1. LATAR BELAKANG

Kabupaten Bangkalan, yang merupakan gerbang utama Pulau Madura, secara sosial dan kultural memiliki karakteristik masyarakat yang sangat menjunjung tinggi nilai-nilai keagamaan Islam (Syamsuddin, 2019). Struktur demografi yang mayoritas Muslim ini secara inheren memengaruhi pola konsumsi dan seluruh aktivitas ekonomi di wilayah tersebut. Sektor Usaha Mikro Kecil (UMK) berfungsi sebagai tulang punggung perekonomian lokal. Menurut data Pemkab Bangkalan, jumlah pelaku UMK di kabupaten paling barat di Pulau Madura itu sebanyak 82.252 orang dengan 113 jenis usaha (Aziz, 2025).

Dalam konteks Bangkalan, praktik bisnis harus diletakkan di atas fondasi Etika Bisnis Islam (EBI). EBI adalah seperangkat nilai moral dan spiritual yang mengatur hubungan antara pelaku usaha, produk, dan konsumen, memastikan bahwa setiap proses dan hasil usaha berada dalam koridor syariat (Arafah, 2022). Inti dari etika ini berpusat pada dua tuntutan utama: halal dan thayyib (baik), yang merupakan perwujudan langsung dari nilai-nilai universal Islam seperti kejujuran (*shiddiq*) dan akuntabilitas (*amanah*) dalam transaksi (Maulidya, 2025). Dengan demikian, penyediaan produk halal bukan sekadar kepatuhan administrasi, melainkan sebuah tanggung jawab spiritual yang mutlak. Dimensi etika ini telah diangkat menjadi kewajiban hukum melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) (Juliana, 2025). Undang-undang ini menegaskan perubahan sertifikasi halal dari yang sebelumnya sukarela menjadi wajib (mandatory), terutama bagi produk makanan dan minuman, dengan tenggat waktu pemenuhan yang terus berjalan. Akibatnya, sertifikasi halal bukan lagi sekadar strategi pemasaran, melainkan kepatuhan hukum yang mengikat seluruh pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Bangkalan, sejalan dengan visi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia (Tati et al., 2024).

Adopsi Program Sertifikasi Halal oleh UMK secara esensial adalah implementasi formal dari Etika Bisnis Islam. Sertifikasi ini memaksa UMK untuk membangun Sistem Jaminan Halal (SJH) yang terstruktur, memastikan transparansi mulai dari bahan baku, proses produksi, hingga distribusi (Astiwara, 2024). Hal ini menjadikan sertifikasi sebagai instrumen akuntabilitas yang menjembatani tanggung jawab moral pelaku usaha (*amanah*) dengan hak konsumen untuk mendapatkan kepastian produk yang halal (*halalan thayyiban*). Dengan demikian, program ini secara langsung mendukung terciptanya ekosistem bisnis yang bersih dan berkelanjutan.

Dalam konteks ekonomi yang lebih luas, sertifikasi halal memberikan urgensi strategis yang besar bagi UMK. Produk yang bersertifikat secara otomatis mendapatkan keunggulan kompetitif yang signifikan, yang kemudian membuka akses UMK ke pasar yang lebih luas, termasuk peluang ekspor ke negara-negara Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) (Kusumadewi et al., 2025). Dalam persaingan pasar yang semakin ketat, label halal berfungsi sebagai nilai tambah yang membedakan produk UMK Bangkalan dari pesaing yang belum memiliki jaminan resmi. Langkah ini sekaligus memperkuat loyalitas pelanggan yang berbasis keyakinan. Namun, terlepas dari tuntutan agama, pasar, dan regulasi, terdapat krisis data yang menunjukkan realisasi sertifikasi halal pada UMK di Bangkalan masih sangat rendah (Harmen et al., 2024). Data aktual hingga saat ini mencatat bahwa hanya sejumlah kecil UMK, jauh di bawah puluhan ribu total pelaku usaha, yang telah berhasil memperoleh sertifikat halal.

Kesenjangan kuantitatif yang dramatis ini mengindikasikan bahwa terdapat kendala struktural yang menghambat upaya pemerintah dan lembaga pendamping dalam mengakselerasi program JPH di tingkat mikro. Kondisi ini memerlukan telaah mendalam.

Keterlambatan ini dipicu oleh berbagai faktor penghambat di tingkat UMK, yang secara kualitatif perlu dianalisis lebih lanjut. Faktor-faktor tersebut meliputi keterbatasan pengetahuan dan literasi UMK tentang prosedur dan manfaat sertifikasi, di mana banyak pelaku usaha tidak mengetahui seluk-beluk pengajuan (Adiyanto & Amaniyah, 2023a). Selain itu, kendala administratif yang dianggap rumit, serta yang paling krusial, persepsi biaya yang tinggi meskipun terdapat skema fasilitasi seringkali menimbulkan keengganan yang besar. Fenomena ini menunjukkan adanya diskoneksi antara pemahaman UMK tentang Etika Bisnis Islam yang bersifat spiritual dan implementasi praktisnya yang memerlukan kepatuhan sistem formal yang terstruktur.

Berdasarkan situasi di atas, celah penelitian (*research gap*) yang teridentifikasi adalah bahwa kajian-kajian terdahulu di wilayah ini cenderung berfokus pada dimensi keputusan manajerial atau bersifat deskriptif pada sektor produk tertentu, sehingga perspektif implementasi etika secara holistik masih minim. Belum ada penelitian kualitatif yang komprehensif dan mendalam yang secara spesifik menganalisis Program Sertifikasi Halal sebagai instrumen formal implementasi Etika Bisnis Islam pada UMK di Bangkalan secara multi-sektor. Oleh karena itu, penelitian kualitatif diperlukan untuk mengungkap narasi di balik statistik rendah, menggali makna di balik praktik EBI, dan mengidentifikasi strategi fasilitasi yang paling efektif. Oleh karena itu, kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada analisis kualitatif-analitis yang holistik untuk mengeksplorasi bagaimana UMK di Bangkalan menginternalisasi nilai-nilai etis agama ke dalam SJH yang wajib, serta menganalisis efektivitas dan kendala program sertifikasi dalam mewujudkan akuntabilitas syariah di tingkat akar rumput. Berdasarkan latar belakang dan celah penelitian tersebut, tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis implementasi Program Sertifikasi Halal sebagai wujud nyata penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Mikro Kecil di Kabupaten Bangkalan, guna memberikan rekomendasi kebijakan yang berbasis temuan empiris.

2. KAJIAN TEORITIS

Usaha Mikro Kecil

Usaha Mikro Kecil (UMK/UMKM) adalah unit usaha skala kecil yang memiliki karakteristik produksi sederhana, modal kecil, berbasis olahan rumah, sehingga praktik sertifikasi dan etika bisnis memerlukan pendekatan yang disesuaikan (Faizal Amir, 2024).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMK didefinisikan sebagai usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha yang memenuhi kriteria tertentu dalam hal aset dan omzet tahunan (Indonesia, 2008). Menurut Supriyanto (2020), keberadaan UMK mampu mengurangi kesenjangan sosial dan meningkatkan kesejahteraan Masyarakat kecil dengan menciptakan aktivitas ekonomi yang produktif. Khususnya daerah Bangkalan, UMK menjadi alat efektif untuk menurunkan angka pengangguran dan kemiskinan. Data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bangkalan menunjukkan ribuan masyarakat menggantungkan pendapatan pada usaha kecil menengah seperti olahan hasil laut, batik Tanjung Bumi, dan kuliner khas Madura. UMK terbukti memiliki daya tahan tinggi dalam menghadapi krisis ekonomi. Tambunan (2021) menyebut bahwa UMK relatif tangguh karena struktur usaha yang fleksibel dan tidak bergantung pada pasar global. Hal ini terbukti pada masa pandemi COVID-19, di mana banyak UMK di Bangkalan tetap bertahan dengan menyesuaikan model bisnis berbasis digital dan penjualan daring.

Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam merupakan seperangkat nilai normatif yang menuntun praktik ekonomi agar selaras dengan ajaran syariat. Nilai-nilai utama yang menjadi landasannya meliputi amanah (kepercayaan), shiddiq (kejujuran), 'adl (keadilan), maslahah (kemaslahatan umum), serta larangan terhadap riba dan gharar (Abrori, 2024). Menurut Fauzia dan Riyadi (2018), etika bisnis Islam berpedoman pada prinsip tauhid, yang menuntun pelaku usaha untuk menegakkan keadilan, kejujuran, dan keseimbangan antara kepentingan individu dan sosial. Dengan demikian, seluruh aktivitas bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga memperhatikan dimensi spiritual dan sosial. Dalam konteks halal, etika bisnis Islam harus diterapkan secara menyeluruh dalam rantai nilai produksi, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pengolahan, distribusi, hingga pemasaran agar seluruh kegiatan bisnis sesuai dengan prinsip halal-thayyib (Antonio, 2019).

Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan proses pemeriksaan resmi yang dilakukan oleh lembaga berwenang seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Tujuan dari sertifikasi halal adalah memastikan bahwa produk, proses produksi, dan rantai pemasok telah memenuhi ketentuan syariat Islam, yakni terbebas dari bahan yang haram (Muntholip & Setiawan, 2025a). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH), sertifikasi halal berfungsi sebagai perlindungan hukum bagi konsumen muslim agar tidak mengonsumsi produk yang mengandung unsur non-halal

(BPJPH, 2023). Dalam kegiatan bisnis sertifikasi halal berperan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku usaha terhadap nilai-nilai etika dan spiritual. Menurut Moh Karim et al., (2024) sertifikasi halal bukan hanya sebatas label melainkan nilai moral dan tanggung jawab pelaku usaha untuk menjaga kehalalan produk sesuai dengan prinsip Islam. Dalam pelaksanaannya, proses sertifikasi halal memerlukan pendampingan dari petugas berwenang agar setiap tahap produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses pengolahan sesuai dengan standar kehalalan.

Mekanisme sertifikasi halal di Indonesia dibedakan menjadi dua jalur utama, yaitu jalur *reguler* dan jalur *self-declare* (Laila & Alim, 2024a). Jalur *reguler* dilakukan melalui proses verifikasi dokumen, pemeriksaan bahan dan produk, pengujian laboratorium bila diperlukan hingga sidang fatwa oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebelum BPJPH menerbitkan sertifikat halal. Jalur ini diperuntukkan bagi para pelaku usaha yang melebihi omzet di atas rata-rata. Sebaliknya, jalur *self-declare* diperuntukkan bagi UMK dengan produk berisiko rendah. Melalui mekanisme ini, pelaku usaha dapat menyatakan sendiri kehalalan produknya dengan memenuhi beberapa syarat, antara lain menggunakan bahan yang telah bersertifikat halal, memiliki proses produksi yang sederhana, memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), serta memisahkan lokasi dan peralatan produksi dari barang yang diharamkan. Proses verifikasi ini dilakukan oleh Pendamping Proses Produk Halal (PPH) dan hasilnya disahkan oleh BPJPH. Jalur ini diatur dalam Peraturan Menteri Agama (PMA) Nomor 20 Tahun 2021 dan diperkuat dengan Keputusan Kepala BPJPH Nomor 33 Tahun 2022 (Laila & Alim, 2024b). Proses sertifikasi halal sangat mudah dilakukan namun biaya sertifikasi yang relatif tinggi masih menjadi hambatan utama bagi pelaku usaha mikro kecil. Oleh karena itu, pemerintah perlu menerapkan kebijakan subsidi dan program pendampingan agar pelaku UMK dapat lebih mudah memperoleh sertifikat halal (Maulidiyah Isnaini Nuraliyah, Elfira Maya Adiba, 2023). Kebijakan ini juga membantu pelaku usaha kecil untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar tanpa terbebani biaya besar.

Hubungan Sertifikasi Halal dengan Etika Bisnis Islam

Sertifikasi halal merupakan instrumen yang menjamin bahwa proses produksi, distribusi, dan penyajian produk telah sesuai dengan ketentuan syariah Islam (Muntholip & Setiawan, 2025b). Kepatuhan syariah (*sharia compliance*) dalam bisnis halal mencakup tiga aspek utama, yaitu: (1) kepatuhan terhadap hukum Islam (fiqh), (2) integritas dalam proses produksi, dan (3) transparansi terhadap konsumen. Menurut Chapra (2008), keberhasilan ekonomi Islam bukan diukur dari akumulasi laba, melainkan dari sejauh mana aktivitas bisnis mampu memberikan *maslahah* (kemaslahatan) bagi umat. Dalam konteks ini, sertifikasi halal

menjadi bukti konkret bahwa sebuah usaha tidak hanya mengejar profit, tetapi juga menjamin *masalah* melalui kepatuhan dan etika sosial.

Sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kewajiban hukum, tetapi juga sebagai wujud tanggung jawab sosial terhadap masyarakat (*social responsibility*). Menurut konsep maqashid syariah, setiap aktivitas ekonomi harus mengarah pada lima tujuan dasar syariah: agama (*din*), jiwa (*nafs*), akal (*'aql*), keturunan (*nasl*), dan harta (*mal*) (Mustaqim, 2023). Dengan demikian, pelaksanaan sertifikasi halal mencerminkan tanggung jawab produsen untuk menjaga aspek *din* dan *nafs* konsumen melalui penyediaan produk yang aman dan sesuai syariat (Widyaningsih, 2023). Penelitian Attirmidzi (2025) menegaskan bahwa sertifikasi halal berperan sebagai bagian dari *Sharia-Based Corporate Social Responsibility (Sharia-CSR)*, dimana komitmen terhadap halal mencerminkan tanggung jawab dan kepedulian terhadap kesejahteraan spiritual, kesehatan, dan keberlanjutan sosial masyarakat.

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian empiris telah menyoroti isu utama terkait sertifikasi halal pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di wilayah Madura, Jawa Timur. Penelitian Adiyanto (2023b) menemukan bahwa tingkat literasi halal di kalangan pelaku UMK kuliner di Kabupaten Bangkalan masih rendah. Temuan ini serupa dengan Destiarni dan Qomariyah (2023) yang menegaskan bahwa keterbatasan akses informasi, biaya sertifikasi, serta rendahnya pendampingan dari lembaga terkait menjadi faktor utama yang menghambat proses sertifikasi halal di kalangan UMK Madura. Sementara itu, penelitian Riskia Putri (2024) menunjukkan bahwa meskipun program *self-declare* telah diperkenalkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), implementasinya di lapangan masih menghadapi tantangan. Banyak pedagang kaki lima dan pelaku usaha belum memahami prosedur pengajuan sertifikasi halal. Sebagian besar penelitian di Madura masih menyoroti sertifikasi halal dalam konteks kepatuhan dan strategi pemasaran, sementara itu aspek etika bisnis Islam khususnya dimensi tanggung jawab sosial berbasis maqasid syariah belum banyak dikaji secara empiris. Artinya, masih terdapat *research gap* mengenai sejauh mana sertifikasi halal tidak hanya menjadi simbol kepatuhan syariah, tetapi juga menjadi pemicu praktik syariah berbasis *Corporate Social Responsibility (Sharia-CSR)* pada level UMK. Penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji hubungan antara sertifikasi halal, kepatuhan syariah, dan tanggung jawab sosial pelaku UMK di wilayah Madura.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam fenomena sosial sertifikasi halal UMK di Bangkalan. Lokasi Bangkalan dipilih secara purposif karena keberagaman kondisi UMK yang telah, sedang, atau belum tersertifikasi halal. Informan terdiri dari pelaku UMK. Data penelitian berasal dari data primer (wawancara mendalam dan observasi lapangan) dan data sekunder (dokumen regulasi, laporan lembaga terkait, statistik, dan literatur terdahulu). Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi yang dilakukan secara simultan untuk triangulasi teknik. (Uin & Banjarmasin, 2018).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bedasarkan hasil literatur pemerintah kabupaten Bangkalan terus mendorong pelaku UMK untuk meningkatkan produknya agar mampu bersaing di pasar modern. Sebagai wujud dukungan nyata Pemkab memfasilitasi pendampingan sertifikasi halal secara gratis dengan jenis *self-declare*. Program ini diharapkan dapat meningkatkan standar kualitas sekaligus memperluas akses pasar, khususnya ke ritel modern dan marketplace. Selain itu, Pemkab juga mengajak masyarakat untuk berperan aktif membeli produk lokal untuk memperkuat ekonomi daerah (Salim, 2025). Pada tahun 2024, wilayah Bangkalan memiliki UMKM yang tergolong besar dengan jumlah 1.513 pelaku usaha terdaftar. Namun, masih 229 produk UMK telah memperoleh sertifikasi halal, 150 produk mendapatkan sertifikasi TKDN-IK, dan 170 UMK sudah terdaftar dengan merek resmi (Wahyudi, 2024). Hal ini tergolong kecil dengan hambatan, masih banyak UMKM belum mengajukan karena tidak tahu prosedur, rumitnya persyaratan bahan baku, pengemasan, tempat produksi yang harus memenuhi standar halal. Minimnya informasi atau sosialisasi yang efektif mengenai jalur sertifikasi, khususnya skema *self-declare*, sehingga UMKM enggan atau ragu (Fajar, 2023).

Pemahaman UMK tentang Konsep *Halal* dan *Thayyib*

Mayoritas pelaku usaha UMK Kabupaten Bangkalan telah memahami secara umum makna “halal” sebagai sesuatu yang diperbolehkan dalam Islam dan tidak mengandung unsur haram baik dari segi bahan, proses, maupun distribusinya. Namun, pemahaman terhadap konsep “thayyib” yakni baik, bersih, aman, dan berkualitas masih relatif rendah. Sebagian besar pelaku UMK menganggap label halal hanya sebagai tanda keagamaan semata, bukan sebagai standar kualitas dan keamanan produk. Padahal, dalam pandangan Islam, konsep *halalan thayyiban* tidak hanya menekankan aspek hukum kehalalan bahan, tetapi juga menuntut tanggung jawab moral produsen agar produk yang dihasilkan bermanfaat dan tidak

membahayakan konsumen. Menurut penelitian Naufan & Mariyah (2025) mengemukakan bahwa prinsip *halalan thayyiban* dalam rantai pasok makanan merupakan suatu pendekatan yang tidak bisa dipisahkan. Namun, masih banyak Masyarakat yang mengabaikan prinsip ini dalam praktiknya.

Dari sisi nilai etika, sebagian besar pelaku usaha menunjukkan kesadaran akan pentingnya amanah (kejujuran dan tanggung jawab) serta *shiddiq* (kejujuran dalam perkataan dan tindakan). Mereka menyadari bahwa menjaga kepercayaan pelanggan merupakan kunci kelangsungan usaha. Namun, penerapan nilai-nilai tersebut masih belum konsisten dalam seluruh aspek bisnis. Misalnya, masih terdapat praktik tidak transparan dalam informasi komposisi asal bahan baku. Menurut penelitian Irbatus & Rahman (2024) mengatakan bahwa penerapan etika bisnis bukan sekedar mencari keuntungan semata, tetapi harus mendatangkan keberkahan, kemanfaatan dan keamanan konsumen untuk perkembangan usaha berkelanjutan.

Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam dalam Proses Produksi, Pengadaan Bahan Baku, dan Pemasaran

1. Proses Produksi

Dalam kegiatan produksi, sebagian besar pelaku UMK di Kabupaten Bangkalan telah berupaya menjaga kebersihan peralatan dan lingkungan tempat kerja sebagai bentuk tanggung jawab moral terhadap konsumen. Upaya ini menunjukkan adanya kesadaran awal terhadap prinsip *halal* dalam proses produksi, yakni memastikan bahan dan alat yang digunakan tidak terkontaminasi unsur haram. Prinsip *halalan thayyiban* tidak hanya *halal* secara zat, tetapi juga *thayyib* dalam prosesnya yakni bersih, aman, dan bermanfaat. Menurut Fadil et al. (2023), implementasi etika bisnis Islam dalam kegiatan industri rumah tangga (home industry) harus dilandaskan pada lima prinsip utama, yaitu: (1) prinsip *unity* (kesatuan tauhid), yang menekankan bahwa setiap aktivitas produksi adalah bentuk ibadah dan pengabdian kepada Allah; (2) prinsip *free will* (kehendak bebas), yang memberi ruang bagi pelaku usaha untuk berinovasi dalam koridor syariah; (3) prinsip *equilibrium* (keseimbangan), yaitu menjaga keselarasan antara aspek material, sosial, dan spiritual; (4) prinsip *responsibility* (tanggung jawab), yang menuntut produsen bertanggung jawab atas kualitas dan kehalalan produknya; serta (5) prinsip *truth* (kebenaran dan kejujuran), yang menjadi dasar transparansi dan integritas dalam bisnis.

2. Pengadaan Bahan Baku

Pengadaan bahan baku merupakan salah satu aspek fundamental dalam kegiatan produksi yang menentukan kualitas, kehalalan, dan keberlanjutan suatu produk. Dalam perspektif Etika Bisnis Islam, proses pengadaan bahan baku tidak hanya dipandang sebagai

aktivitas ekonomi semata, tetapi juga sebagai manifestasi tanggung jawab moral dan spiritual seorang pelaku usaha terhadap Allah SWT dan masyarakat. Prinsip dasar yang menuntun proses ini adalah halal, thayyib, amanah, dan adil dalam setiap tahap rantai pasok. Menurut Dwika Serli et al. (2025) pengadaan bahan baku dalam bisnis syariah harus memperhatikan tiga dimensi utama: (1) kepatuhan syariah (*sharia compliance*), yaitu memastikan bahan baku bebas dari unsur haram atau najis; (2) integritas transaksi, yakni dilakukan secara jujur, tanpa penipuan, manipulasi harga, atau riba; dan (3) keberlanjutan sosial dan lingkungan, yang berarti bahan diperoleh dari sumber yang tidak merusak alam dan tidak menzalimi pihak lain.

Dalam konteks UMK di Kabupaten Bangkalan, sebagian besar pelaku usaha telah menunjukkan upaya untuk memperoleh bahan baku dari sumber yang dianggap halal, seperti pasar tradisional atau distributor lokal yang dikenal amanah. Namun, sebagian UMK masih menghadapi kendala dalam memastikan status kehalalan bahan tambahan (*additive*), seperti pengawet, pewarna, atau perisa buatan, yang sering kali tidak memiliki label halal resmi dari BPJPH atau LPPOM MUI. Hal ini menunjukkan bahwa aspek thayyib dan transparansi rantai pasok halal masih perlu diperkuat melalui peningkatan literasi dan pembinaan terhadap pelaku UMK.

3. Pemasaran dan Promosi

Dalam aspek pemasaran, sebagian besar pelaku UMK di Kabupaten Bangkalan telah menerapkan prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam mempromosikan produknya. Mereka berusaha menampilkan informasi yang sesuai dengan kualitas produk tanpa melakukan manipulasi harga maupun klaim berlebihan. Penggunaan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp Business* menjadi sarana utama dalam menjangkau konsumen secara lebih luas. Pemasaran berbasis kejujuran ini menunjukkan bahwa pelaku UMK mulai memahami pentingnya etika promosi Islami, yaitu bagaimana kegiatan pemasaran tidak hanya berorientasi pada peningkatan penjualan, tetapi juga mencerminkan tanggung jawab moral dan nilai dakwah melalui bisnis.

Menurut Zairina (2024), terdapat sembilan prinsip etika pemasaran Islam yang dapat dijadikan tolak ukur dalam aktivitas digital marketing, yaitu: (1) memiliki kepribadian yang spiritual, (2) berlaku baik dan simpatik, (3) berlaku adil dalam bisnis, (4) bersikap melayani dan rendah hati, (5) menepati janji dan tidak curang, (6) jujur dan terpercaya, (7) tidak berburuk sangka, (8) tidak menjelek-jelekkan pesaing, serta (9) tidak melakukan sogok atau suap. Kesembilan prinsip tersebut mencerminkan nilai-nilai utama etika Islam seperti amanah, shiddiq, tabligh, dan fathanah, yang menuntun pelaku bisnis agar senantiasa menjaga integritas dan keadilan dalam setiap kegiatan pemasaran.

Analisis Implementasi Program Sertifikasi Halal UMK di Bangkalan

1. Persepsi UMK terhadap Program Sertifikasi Halal (Motivasi dan Manfaat yang Dirasakan)

Program sertifikasi halal bagi Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Bangkalan umumnya dipahami sebagai bentuk komitmen pelaku usaha untuk mematuhi ketentuan dan prinsip-prinsip syariah dalam proses produksi dan penyajian produk. Selain itu, sertifikasi halal juga dipersepsikan sebagai strategi penting untuk meningkatkan kredibilitas usaha serta membangun kepercayaan konsumen, khususnya masyarakat muslim yang sangat memperhatikan aspek kehalalan produk (Anggriani et al., 2024). Motivasi utama UMK untuk mengikuti sertifikasi halal antara lain adalah faktor religius, peningkatan citra usaha, serta peluang ekspansi pasar yang lebih luas. Sertifikasi halal dianggap mampu menjadi simbol integritas usaha dan komitmen terhadap prinsip kehalalan produk (Syaifudin & Fahma, 2022).

Selain itu, penelitian oleh Sari dan Kurniawati menyebutkan bahwa sertifikasi halal juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk UMKM dan memperluas pasar, terutama di sektor makanan dan minuman (Suraiyya et al., 2024). Namun, tidak semua pelaku UMK memiliki persepsi positif. Sebagian pelaku usaha di daerah dengan tingkat literasi halal yang rendah menganggap bahwa produk mereka sudah “otomatis halal” karena berbasis bahan lokal atau tradisional. Sikap ini dipengaruhi oleh rendahnya pemahaman terhadap prosedur dan urgensi sertifikasi (Astiwaru, 2025).

2. Kendala atau Hambatan UMK dalam Proses Sertifikasi (Biaya, Administrasi, dan Kesiapan SDM)

Sistem Jaminan Halal (SJH) merupakan mekanisme manajemen yang dirancang untuk memastikan seluruh proses produksi mulai dari pengadaan bahan baku, pengolahan, penyimpanan hingga distribusi berjalan sesuai ketentuan syariah secara konsisten. Dalam perspektif Islam, SJH bukan sekadar kepatuhan administratif, tetapi merupakan wujud konkret dari prinsip amanah, yaitu tanggung jawab moral pelaku usaha untuk menjaga kehalalan produk demi melindungi hak konsumen Muslim (Faikoh & Anwar, 2025). Melalui dokumentasi, audit internal, traceability, serta verifikasi oleh lembaga sertifikasi seperti BPJPH atau LPPOM MUI, SJH menghadirkan bentuk akuntabilitas yang dapat dipertanggungjawabkan secara formal kepada negara dan secara spiritual kepada Allah SWT. Transparansi dan keterlacakan dalam SJH mencerminkan pelaksanaan amanah, karena memungkinkan pelacakan sumber bahan dan mencegah potensi manipulasi atau kontaminasi non-halal. Namun demikian, tantangan muncul pada pelaku UMK yang masih rendah literasi halal dan keterbatasan sumber daya, serta pada skema self-declare yang meskipun

mempercepat sertifikasi, berpotensi melemahkan akuntabilitas apabila tidak disertai pengawasan yang kuat. Oleh karena itu, penguatan integritas lembaga sertifikasi, edukasi pelaku usaha, serta pelibatan masyarakat menjadi kunci agar SJH benar-benar menjadi instrumen realisasi amanah, bukan sekadar formalitas administrative (Rudiyanto & Alim, 2024).

Hambatan yang dihadapi UMK dalam proses sertifikasi halal dapat dikategorikan menjadi hambatan struktural dan non-struktural. Hambatan struktural meliputi keterbatasan biaya sertifikasi seperti biaya pendaftaran sertifikasi halal di BPJPH, biaya audit, biaya pengujian laboratorium, biaya pengadaan, biaya penyusunan dokumen, dan biaya perubahan kemasan produk, rumitnya administrasi, serta kurangnya fasilitas produksi yang memenuhi standar halal (Bariato et al., 2025). Biaya sertifikasi sering kali menjadi keluhan utama, karena sebagian besar UMK memiliki modal yang terbatas untuk menanggung biaya pendaftaran dan audit (Nandala & Azrak, 2024a).

Selain itu, dari sisi administrasi, masih banyak pelaku UMK yang belum terbiasa dengan pengisian dokumen, pendaftaran online di BPJPH, dan pelaporan berkala yang menjadi syarat sertifikasi halal. Kesiapan Sumber Daya Manusia (SDM) juga menjadi faktor penting, karena banyak pemilik UMK yang belum memahami Sistem Jaminan Halal (SJH) serta standar yang ditetapkan oleh BPJPH. Salah satu penghambat utama keterlibatan UMK dalam program sertifikasi halal adalah minimnya pelatihan dan pendampingan teknis, terutama di daerah non-perkotaan. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan sertifikasi halal perlu diimbangi dengan program pelatihan yang berkelanjutan agar implementasinya efektif.

3. Peran Pemerintah Daerah dan Lembaga Pendamping (Halal Center, PPH) dalam Fasilitas Sertifikasi

Pemerintah daerah memiliki peran sentral dalam mempercepat implementasi sertifikasi halal bagi UMK. Peran pemerintah daerah dan lembaga pendamping terbukti strategis dalam mempercepat implementasi sertifikasi halal bagi pelaku UMK, khususnya melalui program pendampingan administratif, subsidi pembiayaan, dan penyuluhan edukatif. Meskipun secara umum program-program tersebut telah berada pada arah kebijakan yang tepat, efektivitasnya masih menunjukkan variasi antar daerah, bergantung pada intensitas pendampingan, kualitas sumber daya pendamping, serta tingkat literasi halal pelaku UMK. Pada daerah dengan ekosistem pendukung yang kuat, sertifikasi halal mampu berkontribusi signifikan terhadap peningkatan akses pasar dan kepercayaan konsumen bahkan berdampak pada kenaikan penjualan UMK namun tantangan keberlanjutan dan ketepatan sasaran masih menjadi aspek krusial yang perlu dioptimalkan. Melalui Dinas Koperasi dan UKM (Diskop UKM),

pemerintah dapat memberikan pendampingan administratif, subsidi biaya, serta penyuluhan mengenai pentingnya sertifikasi halal (Azis et al., 2024).

Di Bangkalan, peran lembaga pendamping seperti Halal Center Universitas Trunojoyo Madura (UTM) cukup strategis dalam memberikan asistensi teknis bagi pelaku UMK. Mereka berfungsi sebagai penghubung antara pelaku UMK dengan BPJPH serta Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Penelitian Nurhayati dan Rahman menegaskan bahwa sinergi antara pemerintah daerah, BPJPH, dan Halal Center menjadi kunci percepatan sertifikasi halal di wilayah pedesaan (Pradana et al., 2024).

Selain itu, adanya fasilitator halal di tingkat lokal dapat meningkatkan efektivitas sosialisasi dan membantu UMK mengatasi kendala administrative sebagai contoh, Pemerintah Provinsi Jawa Timur melalui program One Village One Halal Center berhasil memfasilitasi lebih dari 1.000 UMK untuk memperoleh sertifikat halal melalui mekanisme self-declare, dengan pendampingan langsung dari Halal Center UIN Sunan Ampel dan LPPOM MUI setempat. Program ini tidak hanya menurunkan hambatan administratif dan biaya sertifikasi, tetapi juga berdampak pada peningkatan keterjangkauan pasar UMK, terutama dalam pemasaran melalui marketplace dan jaringan retail modern. Pemerintah juga diharapkan dapat mengalokasikan dana APBD untuk program sertifikasi gratis (*self-declare*) sesuai dengan kebijakan Kementerian Agama (Maulana et al., 2023).

Sertifikasi Halal sebagai Implementasi Etika Bisnis Islam

1. Keterkaitan antara Sistem Jaminan Halal (SJH) dengan Prinsip Akuntabilitas (Amanah)

Dalam perspektif etika bisnis Islam, sertifikasi halal merepresentasikan prinsip amanah, kejujuran, dan tanggung jawab) yang diwajibkan bagi setiap pelaku usaha muslim. Implementasi Sistem Jaminan Halal (SJH) memastikan bahwa seluruh proses produksi mulai dari bahan baku, penyimpanan, hingga distribusi dilakukan secara transparan dan sesuai standar halal (Putri & Sjabadhyni, 2025).

Salah satu contoh dapat dilihat pada UMK produsen makanan ringan di Kabupaten Sidoarjo yang telah menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH) secara berkelanjutan setelah memperoleh sertifikasi halal. Melalui SJH, pelaku usaha diwajibkan melakukan pencatatan detail seluruh bahan baku yang digunakan, termasuk memastikan pemasok memiliki status halal yang jelas, serta menyusun laporan berkala mengenai proses produksi. Praktik ini tidak hanya meningkatkan transparansi operasional, tetapi juga mendorong pelaku UMK untuk lebih disiplin dalam pengelolaan bahan dan menjaga konsistensi kualitas produk. Dampaknya, UMK tersebut mendapatkan peningkatan kepercayaan konsumen dan berhasil memperluas kerja

sama dengan beberapa minimarket yang mensyaratkan standar dokumentasi dan akuntabilitas yang ketat. Ini menunjukkan bahwa penerapan SJH secara nyata memperkuat prinsip amanah dan akuntabilitas dalam aktivitas bisnis UMK. Dengan demikian, sertifikasi halal bukan hanya instrumen legal-formal, tetapi juga pengamalan etika bisnis Islam yang menjamin kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan.

2. Analisis Kualitatif: Dampak Sertifikasi Halal terhadap Praktik Bisnis Etis dan Keberlanjutan UMK

Secara empiris, sertifikasi halal mendorong perubahan perilaku bisnis UMK ke arah yang lebih etis dan berkelanjutan. Melalui penerapan SJH, pelaku UMK dituntut untuk menjaga kebersihan fasilitas, memisahkan alat produksi halal dan non-halal, serta melaksanakan audit internal secara rutin. Hal ini meningkatkan profesionalitas, efisiensi, dan integritas pelaku usaha.

Indikator praktik bisnis etis dan keberlanjutan UMK dalam konteks sertifikasi halal dapat diukur melalui beberapa aspek, antara lain: kepatuhan terhadap standar halal dan regulasi syariah, transparansi proses produksi, kejujuran dalam pelabelan, serta tanggung jawab terhadap keamanan dan kesehatan konsumen sebagai indikator etika bisnis; serta keberlanjutan operasional, peningkatan akses pasar dan daya saing, kebersihan dan pengelolaan lingkungan produksi, kontribusi sosial bagi masyarakat sekitar, dan stabilitas finansial sebagai indikator keberlanjutan usaha. UMKM yang telah tersertifikasi halal memiliki tingkat kepatuhan etika bisnis yang lebih tinggi dibanding yang belum bersertifikat, terutama dalam aspek kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab social (Handayati et al., 2024).

Namun, sebagian UMK masih melihat sertifikasi halal hanya sebagai formalitas administratif, bukan komitmen moral. Oleh karena itu, dibutuhkan pembinaan nilai-nilai etika bisnis Islam secara terus-menerus agar makna sertifikasi tidak semata administratif.

3. Dampak Sertifikasi Halal terhadap Kepercayaan Konsumen di Bangkalan

Sertifikasi halal memiliki pengaruh langsung terhadap peningkatan kepercayaan konsumen, terutama konsumen muslim. Label halal dipandang sebagai jaminan integritas, kebersihan, dan keamanan produk (Nandala & Azrak, 2024b). Di Bangkalan yang masyarakatnya mayoritas muslim, sertifikasi halal dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi produk lokal di pasar.

Sertifikasi halal terbukti memiliki pengaruh signifikan dalam membangun kepercayaan konsumen, yang kemudian berdampak langsung terhadap perilaku pembelian, loyalitas merek, maupun penyebaran rekomendasi melalui *word-of-mouth*. Dalam konteks Bangkalan, konsumen cenderung lebih yakin memilih produk yang telah tersertifikasi halal karena

sertifikat dipandang sebagai jaminan keamanan, kebersihan, dan kepatuhan syariah; sehingga mengurangi keraguan serta risiko konsumsi. Studi lokal menunjukkan bahwa label halal berperan sebagai sinyal kredibilitas produsen, yang tidak hanya mendorong keputusan pembelian pertama, tetapi juga meningkatkan kemungkinan pembelian ulang apabila diikuti dengan konsistensi kualitas produk dan pelayanan. Kepercayaan yang terbentuk ini lebih lanjut memperkuat loyalitas merek dan mendorong konsumen untuk merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain, baik secara langsung maupun melalui media digital. Namun demikian, efektivitas pengaruh sertifikasi halal di Bangkalan masih sangat dipengaruhi oleh tingkat literasi halal masyarakat, sehingga edukasi dan sosialisasi yang intensif terhadap arti penting sertifikasi halal menjadi faktor pendukung agar dampak positifnya lebih optimal (Harmen et al., 2024).

Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai alat regulasi, tetapi juga instrumen strategis untuk membangun kepercayaan pasar yang berkelanjutan berbasis nilai-nilai etika Islam.

5 KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi Program Sertifikasi Halal sebagai wujud penerapan Etika Bisnis Islam pada UMK di Kabupaten Bangkalan masih menghadapi berbagai tantangan. Meskipun mayoritas pelaku UMK memahami konsep halal secara umum, pemahaman terhadap konsep *thayyib* dan implementasi nilai-nilai etika bisnis Islam dalam seluruh aspek bisnis masih belum optimal. Program sertifikasi halal dipersepsikan positif sebagai upaya meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan konsumen, namun kendala biaya, administrasi yang rumit, serta keterbatasan SDM menjadi penghambat utama. Peran pemerintah daerah dan lembaga pendamping seperti Halal Center UTM sangat penting dalam memfasilitasi sertifikasi, namun efektivitasnya perlu ditingkatkan melalui pendampingan yang lebih intensif dan penyediaan informasi yang lebih mudah diakses. Sertifikasi halal terbukti berdampak positif terhadap praktik bisnis yang lebih etis dan berkelanjutan serta meningkatkan kepercayaan konsumen, namun diperlukan pembinaan nilai-nilai etika bisnis Islam secara berkelanjutan agar sertifikasi tidak hanya menjadi formalitas administratif. Berdasarkan kesimpulan tersebut, penelitian ini merekomendasikan beberapa hal. Pertama, pemerintah daerah perlu meningkatkan sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya sertifikasi halal dan nilai-nilai etika bisnis Islam kepada pelaku UMK. Kedua, perlu adanya penyederhanaan prosedur administrasi dan pemberian subsidi biaya sertifikasi untuk meringankan beban UMK. Ketiga, lembaga pendamping perlu meningkatkan kualitas pendampingan dan menyediakan

informasi yang lebih mudah diakses oleh pelaku UMK. Keempat, penelitian selanjutnya dapat difokuskan pada analisis dampak sertifikasi halal terhadap kinerja keuangan dan keberlanjutan UMK serta pengembangan model pendampingan yang lebih efektif. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada fokus wilayah yang terbatas pada Kabupaten Bangkalan, sehingga penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah dan sektor usaha untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Abrori, M. (2024). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Praktik Usaha Mikro di Indonesia. *Madinah: Jurnal Studi Islam*, 11(2), 345-357.
<https://doi.org/https://doi.org/10.58518/madinah.v11i2.3085>
<https://doi.org/10.58518/madinah.v11i2.3085>
- Adiyanto, M. R., & Amaniyah, E. (2023a). Analisis Minat UMK Terhadap Sertifikasi Halal di Pulau Madura. *Indonesia Journal of Halal*, 6(2), 45-55.
<https://doi.org/10.14710/halal.v6i2.19207>
<https://doi.org/10.14710/halal.v6i2.19207>
- Adiyanto, M. R., & Amaniyah, E. (2023b). Analisis Minat UMK Terhadap Sertifikasi Halal di Pulau Madura. *Indonesia Journal of Halal*, 6(2), 45-55.
<https://doi.org/10.14710/halal.v6i2.19207>
<https://doi.org/10.14710/halal.v6i2.19207>
- Antonio, M. S. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Syariah*. Gema Insani Pers.
- Arafah, Muh. (2022). *Etika Pelaku Bisnis Islam* (1st ed.). Wawasan Ilmu.
- Astiwarra, E. M. (2024). 2024 Halal Mandatory for Food Umkm: Readiness and Adaptation Strategy. *Journal of Social and Economics Research*, 6(2), 1369-1384.
<https://doi.org/10.54783/jser.v6i2.835>
<https://doi.org/10.54783/jser.v6i2.835>
- Attirmidzi, F. (2025). The Influence of Sharia Corporate Social Responsibility (Sharia CSR) on Corporate Image in the Halal Industry. *Seriat Ekonomisi*, 2(3), 99-107.
<https://doi.org/10.35335/0x7krg53>
<https://doi.org/10.35335/0x7krg53>
- Aziz, A. (2025). Pemkab Bangkalan beri pendampingan kepada pelaku UMKM. *ANTARAJATIM*. <https://jatim.antaranews.com/berita/955761/pemkab-bangkalan-beri-pendampingan-kepada-pelaku-umkm>
- BPJPH. (2023). Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Undang-Undang RI.
- Chapra, M. U. (2008). *The Islamic Vision of Development in the Light of Maqasid al-Shariah*. Islamic Research and Training Institute.

- Dwika Serli Oktavia, Aulya Triana, & Masyhuri. (2025). Studi Literatur: Analisis Peran Auditor Syariah Dalam Pengawasan Kepatuhan Bisnis Fashion Terhadap Prinsip Syariah. *JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar*, 2(5), 67-75. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.15465137>
- Faizal Amir, F. (2024). Analysis of Halal Certification Readiness Level and Strategy to Increase Competitiveness of MSMEs in Bangkalan Regency : Porter Diamond Model. *Jurnal Ekonomi*, 13(02), 1522-1529. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i02>
- Fajar, A. (2023). Optimalisasi Peran Bumdes dalam Mengakselerasi Sertifikasi Halal pada Produk UMKM di Bangkalan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 829-840. <https://doi.org/https://doi.org/10.30651/jms.v8i1.17579>
- Fauzia, I. Y., & Riyadi, A. (2018). *Etika Bisnis dalam Islam*. Kencana Prenada Media Group.
- Harmen, H., Indriani, R., Alfahmi, F., Sebastian, A., & Kristin, O. V. (2024). Analisis Dampak Sertifikasi Labelisasi Halal Terhadap Perkembangan UMKM Di Bangkalan. *Jurnal Masharif Al ...*, 9(204), 1516-1528.
- Indonesia, R. (2008). Undang-undang No. 20 Tahun 2008 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93.
- Juliana. (2025). *INDUSTRI HALAL: Peluang Dan Tantangan Global* (1st ed.). PT Rajawali Buana Pusaka.
- Kusumadewi, R., Rusdian, B., Yunus, R. M., Perwiranegara, A. A., & Susetyo, A. B. (2025). *Era Baru Ekonomi Islam: Membangun Industri Halal dan Industri Berkeadilan* (1st ed.). PT. Atha Publishing Globalindo.
- Laila, R. Q., & Alim, M. N. (2024a). Analisis Halal Value Chain untuk Self Declare: Studi pada Halal Centre Universitas Trunojoyo Madura. *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 8(1), 60-73. <https://doi.org/http://doi.org/10.30762/istithmar.v8i1.33>
<https://doi.org/10.30762/istithmar.v8i1.1084>
- Laila, R. Q., & Alim, M. N. (2024b). Analisis Halal Value Chain untuk Self Declare: Studi pada Halal Centre Universitas Trunojoyo Madura. *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 8(1), 60-73. <https://doi.org/http://doi.org/10.30762/istithmar.v8i1.33>
<https://doi.org/10.30762/istithmar.v8i1.1084>
- M. Fadil Iqbar, Nurulia Ramadhani, Z. H. (2023). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Proses Pembuatan Tempe Di Desa Resam Lapis Kec. Bantan Kab. Bengkalis . *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 3(2), 16-25. <https://doi.org/10.58707/jipm.v3i2.432>
<https://doi.org/10.58707/jipm.v3i2.432>
- Maulidiyah Isnaini Nuraliyah, Elfira Maya Adiba, faizal A. (2023). Keputusan Sertifikasi Halal oleh Umkm di Bangkalan (Apakah Religiusitas dan Biaya Sertifikasi Berpengaruh ?). *Jurnal Tadbir Peradaban*, 3(1), 1-9. <https://doi.org/https://doi.org/10.55182/jtp.v3i1.235>
<https://doi.org/10.55182/jtp.v3i1.235>
- Maulidya, D. (2025). Peran Etika Bisnis dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(1), 41-49.

- Moh Karim, Busro Karim, Mohammad Hasan, MOh. Ramdhan Kamil, R. E. R. (2024). Sosialisasi, Edukasi, dan Pendampingan Sertifikasi Halal melalui Platform Digital Sihahal bagi UMKM di Kecamatan Burneh Bangkalan. *Journal of Community Engagement*, 04(02), 52-63. <https://doi.org/https://doi.org/10.55352/keris.v4i1.894>
- Muntholip, Abd., & Setiawan, N. (2025a). 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>
- Muntholip, Abd., & Setiawan, N. (2025b). 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>
- Mustaqim, D. Al. (2023). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal sebagai Pendorong Ekonomi Berkelanjutan berbasis Maqashid Syariah. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(1), 26-43. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i1.22>
- Naufan Ahda Isnanjodi, M. U. (2025). Analisis Literatur Terhadap Prinsip Halalan Thayyiban dalam Rantai Pasok Makanan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(4), 3284-3297. <https://doi.org/https://doi.org/10.30651/jms.v10i4.27012>
- Resti Prastika Destiarni, N. Q. (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>
- Riskia Putri. (2024). Tantangan Sertifikasi Halal pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Pangan di Kabupaten Pamekasan. *Assyarikah: Journal Of Islamic Economic Business*, 2(5), 222-242. <https://doi.org/https://doi.org/10.28944/assyarikah.v5i2.1911>
- Salim, A. (2025). Pemkab Bangkalan Dorong IKM Naik Kelas Lewat Sertifikasi Halal dan Pendampingan Produksi. Pemerintah Kabupaten Bangkalan.
- Supriyono. (2020). Pembangunan Ekonomi dan Kewirausahaan Daerah. Deepublish.
- Syafaah, I., & Rohman, A. (2024). Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Pengelolaan UMKM "Bebek Cobek" Bangkalan Madura. *Al-Ujrah | Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 1-9. <https://doi.org/10.63216/al-ujrah.v2i01.314>
- Syamsuddin, M. (2019). *History Of Madura : Sejarah, Budaya, dan Ajaran Luhur Masyarakat Madura* (1st ed.). Araska.
- Tambunan, T. T. H. (2021). *Perekonomian Indonesia: Kajian Teoritis dan Analisis Empiris*. Ghalia Indonesia.

- Tati, T., Zaitun, I. M., Nugraha, R. F., & Salsabil, F. (2024). Manajemen Strategi Pembagian Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha UMKM Guna Mendorong Ekonomi Mandiri di Kabupaten Bandung. *Jurnal Inovasi Daerah*, 3(1). <https://doi.org/10.566655/jid.v3i1.158>
<https://doi.org/10.56655/jid.v3i1.158>
- Wahyudi, E. D. (2024). Pj. Bupati Bangkalan Serahkan Sertifikasi Halal dan TKDN-IK untuk IKM. Pemerintah Kabupaten Bangkalan.
- Widyaningsih, D. A. (2023). Sertifikasi Halal Perspektif Maqashid Syariah. *Falah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 61-72. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929>
<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929>
- Zairina, H. (2024). Penerapan Etika Pemasaran Islam dalam Penggunaan Digital Marketing pada UMKM di Kabupaten Belitung. *Ejesh: Jurnal of Islamic Economics and Sosial*, 2(1), 123-128. <https://doi.org/10.32923/ejesh.v2i1.4197>