

PERAN SERTIFIKASI HALAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) MAKANAN DI KELURAHAN TALANG JAMBE KOTA PALEMBANG

¹Syabrina Alya Ruwanti, ²Amir Salim, ³Doly Nofiansyah

^{1,2,3}Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Indo Global Mandiri Palembang

Email: ¹hisyabrinaalyaruwanti@gmail.com, ²amirsalim@stebisigm.ac.id, ³doly@uigm.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci:

*Sertifikasi Halal,
Daya Saing, UMKM.*

Cara Sitasi:

Penulis, Syabrina
Alya Ruwanti, Amir
Salim, Doly
Nofiansyah. "Peran
Sertifikasi Halal
dalam Meningkatkan
Daya Saing Produk
Usaha Mikro Kecil
Menengah (UMKM)
Makanan di
Kelurahan Talang
Jambe Kota
Palembang."

Currency:

Jurnal Keuangan dan
Perbankan Syariah

[Volume 05, Nomor
01](#) Juni 2026

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran sertifikasi halal dalam meningkatkan daya saing produk UMKM makanan di Kelurahan Talang Jambe Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada beberapa pelaku UMKM makanan di Kelurahan Talang Jambe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki peran dalam meningkatkan daya saing produk UMKM makanan, terutama dalam segmen pasar institusional yaitu dengan melibatkan kerja sama dengan pemerintah, swasta atau mitra bisnis lainnya. Sertifikasi halal terbukti lebih unggul dan memiliki posisi yang lebih kuat dibandingkan dengan pelaku usaha yang belum ada sertifikasi halal. Selain itu, sertifikasi halal memberikan jaminan keamanan dan kualitas yang berkontribusi pada peningkatan kepercayaan konsumen, loyalitas pelanggan, serta peningkatan omset penjualan pada beberapa pelaku usaha. Penelitian ini juga menemukan bahwa sertifikasi halal belum di manfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM, karena faktor keyakinan masyarakat sekitar, kesenjangan sosialisasi, serta pola perilaku konsumen UMKM yang lebih mengandalkan kepercayaan personal dibandingkan dokumen resmi. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha dan konsumen, agar sertifikasi halal tidak hanya dipandang sebagai kewajiban administratif, tetapi juga sebagai strategi pemasaran yang efektif.

This study aims to determine the role of halal certification in increasing the competitiveness of food MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) products in Talang Jambe Sub-district, Palembang City. This Research employed a descriptive qualitative method, with data collected through observation, interviews, and documentation involving several food MSME actors in Talang Jambe

Sub-district. The result indicate that halal certification plays a role in enhancing the competitiveness of food MSME products, particularly within the institutional market segment, namely through collaboration with goverment bodies, private companies, or other business partners. Halal Certified business proved to be superior and held a stronger position compared to business without halal certification. Futhermore, halal certification provides assurance of safety and quality, which contributes to increased consumer trust, customer loyalty, and sales turnover for some business actors. This study also found that halal certification has not been optimally utilized by MSME actors, duet o factors such as the beliefs held by the surrounding community, gaps in outreach or socialization, and consumer behavior patters that tend to rely more on personal trust than official documentation. These findings are expected to serve as a reference for business actors and consumers, so that halal certification is not merely regarded as an administrative obligation, but also as an effective mareketing strategy.

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC), jumlah penduduk muslim Indonesia mencapai sekitar 87,2% dari total populasi atau sekitar 240,62 juta jiwa. Kondisi tersebut menjadikan Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan industri halal, khususnya pada sektor makanan dan minuman. Tingginya jumlah penduduk muslim menyebabkan aspek kehalalan produk menjadi salah satu faktor penting yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk makanan. Menurut Rachmawati dan Fadillah (2023), perkembangan industri halal di Indonesia memiliki peluang besar karena meningkatnya kesadaran masyarakat muslim terhadap konsumsi produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga memiliki jaminan halal.

Dalam konteks globalisasi, sertifikasi halal menjadi salah satu aspek strategis dalam meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat daya saing produk, terutama pada sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kepatuhan terhadap prinsip syariah, tetapi juga menjadi instrumen pemasaran yang mampu memberikan nilai tambah terhadap produk. Amry (2024) menjelaskan bahwa keberadaan sertifikasi halal dapat meningkatkan persepsi positif konsumen karena memberikan jaminan terhadap keamanan, kualitas, dan kesesuaian produk dengan nilai-nilai keagamaan yang dianut konsumen.

Perkembangan industri halal global juga menunjukkan peningkatan yang signifikan seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap produk halal. Berdasarkan laporan *State of the Global Islamic Economy* tahun 2023, sektor ekonomi halal diproyeksikan terus mengalami pertumbuhan hingga mencapai nilai triliunan dolar pada tahun 2030. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pasar halal tidak hanya menjadi kebutuhan masyarakat muslim, tetapi juga telah berkembang

menjadi peluang ekonomi global. Penelitian Nugraha et al. (2023) menyatakan bahwa pertumbuhan pasar halal memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing melalui pemenuhan standar halal dan peningkatan kepercayaan pasar.

Pemerintah Indonesia telah memberikan perhatian terhadap pengembangan ekosistem halal melalui penerbitan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Regulasi tersebut mengatur bahwa produk yang beredar di Indonesia harus memiliki jaminan kehalalan melalui proses sertifikasi yang dilakukan oleh lembaga yang berwenang, yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Sertifikasi halal memastikan bahwa produk telah melalui proses pemeriksaan terhadap bahan baku, proses produksi, penyimpanan, hingga penyajian sesuai dengan standar halal yang berlaku. Menurut Sari dan Hidayat (2025), implementasi sertifikasi halal bagi UMKM tidak hanya memberikan kepastian hukum, tetapi juga mampu meningkatkan citra usaha, memperluas akses pasar, dan meningkatkan daya saing produk dalam menghadapi persaingan industri makanan yang semakin kompetitif. Terdapat dalam Q.S Al-Baqarah ayat 168, yaitu:

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

Artinya : “ Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu ”(Q.S Al-Baqarah : 168).

Dari perspektif bisnis, sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kepatuhan terhadap ketentuan agama, tetapi juga menjadi strategi yang dapat meningkatkan nilai tambah dan memperluas jangkauan pasar. Produk yang telah memiliki sertifikasi halal cenderung lebih mudah diterima oleh konsumen muslim yang memiliki tingkat kesadaran tinggi terhadap aspek kehalalan suatu produk. Menurut Putri (2023), sertifikasi halal menjadi salah satu faktor yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen karena memberikan kepastian bahwa produk telah memenuhi standar kehalalan yang sesuai dengan prinsip Islam. Oleh karena itu, pelaku usaha di Indonesia perlu memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar halal sebagai upaya meningkatkan daya tarik dan daya saing produk. Sertifikasi halal bagi UMKM dapat memberikan manfaat berupa peningkatan kepercayaan konsumen, penguatan citra usaha, perluasan pasar, serta mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Hal ini diperkuat oleh penelitian Fadillah dan Nurhayati (2024) yang menyatakan bahwa keberadaan sertifikasi halal dapat meningkatkan persepsi kualitas produk dan mendorong loyalitas konsumen terhadap produk UMKM makanan.

Di Indonesia, UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Rahmawati (2024) menjelaskan bahwa UMKM merupakan sektor penting yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia karena mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi serta menjadi penggerak aktivitas ekonomi masyarakat. Bagi UMKM makanan, kepemilikan sertifikasi halal dapat menjadi peluang untuk memperluas pangsa pasar, khususnya pada segmen konsumen muslim. Namun, besarnya potensi pasar halal belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh seluruh pelaku UMKM. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penerapan sertifikasi halal pada UMKM masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan pemahaman terhadap proses sertifikasi, kurangnya informasi, keterbatasan sumber

daya, serta persepsi bahwa proses sertifikasi membutuhkan biaya dan waktu yang cukup besar. Menurut Mutia (2025), rendahnya tingkat adopsi sertifikasi halal pada UMKM disebabkan oleh kurangnya literasi halal dan belum optimalnya pendampingan dari lembaga terkait. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal perlu didukung dengan strategi pengelolaan usaha yang baik agar mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan daya saing.

Daya saing merupakan kemampuan suatu usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan posisi bisnisnya di tengah persaingan pasar melalui keunggulan produk, inovasi, kualitas, serta kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen. Daya saing yang tinggi tidak hanya membantu UMKM mempertahankan keberlangsungan usaha, tetapi juga memberikan peluang untuk melakukan ekspansi pasar dan meningkatkan nilai ekonomi produk. Menurut Nasrulloh et al. (2024), peningkatan daya saing UMKM dapat dilakukan melalui penguatan kualitas produk, inovasi, strategi pemasaran, serta pemenuhan standar tertentu yang mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen. Dalam industri makanan yang semakin kompetitif, pelaku UMKM dituntut untuk memahami perubahan perilaku konsumen dan mampu menghadirkan produk yang memiliki keunggulan dibandingkan pesaing.

Fenomena tersebut juga ditemukan pada UMKM makanan di Kelurahan Talang Jambe Kota Palembang. Berdasarkan hasil observasi awal terhadap 50 pelaku UMKM makanan, diketahui bahwa hanya 8 pelaku UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal, 2 pelaku UMKM sedang dalam proses pengajuan sertifikasi halal, sedangkan 40 pelaku UMKM lainnya belum memiliki sertifikasi halal. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya sertifikasi halal masih relatif rendah. Selain itu, bagi UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal, keberadaan sertifikat tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing produk, tetapi masih lebih banyak dipandang sebagai pemenuhan kewajiban administratif. Padahal, sertifikasi halal memiliki potensi besar untuk menjadi instrumen strategis dalam membangun kepercayaan konsumen, memperkuat citra produk, serta meningkatkan posisi kompetitif UMKM makanan di pasar.

Berdasarkan permasalahan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang Peran Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan di Kelurahan Talang Jambe Kota Palembang. Dengan rumusan masalah 1). Bagaimana peran sertifikasi halal dalam meningkatkan daya saing produk UMKM makanan di kelurahan talang jambe, 2). Mengapa sertifikasi halal belum dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM makanan. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran sertifikasi halal dalam meningkatkan daya saing produk UMKM makanan di kelurahan talang jambe dan untuk *mengetahui* alasan sertifikasi halal belum dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM makanan di kelurahan talang jambe.

Kajian Pustaka dan pengembangan hipotesis

1. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan proses pemberian pengakuan terhadap kehalalan suatu produk melalui pemeriksaan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, hingga distribusi produk sesuai dengan ketentuan halal. Dalam perkembangan industri makanan, sertifikasi halal tidak hanya dipandang sebagai kewajiban religius, tetapi juga sebagai instrumen bisnis yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat posisi produk di pasar.

Penelitian Al Munawar et al. (2023) menjelaskan bahwa penerapan sistem jaminan produk halal pada UMKM menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk karena memberikan kepastian kualitas dan keamanan bagi konsumen.

Sertifikasi halal juga berperan sebagai bentuk strategi pemasaran yang dapat meningkatkan nilai tambah produk UMKM. Menurut Wahyuni et al. (2023), pendampingan sertifikasi halal bagi UMKM mampu meningkatkan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya legalitas produk, sehingga sertifikasi halal dapat dimanfaatkan sebagai strategi untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing usaha.

Selain itu, sertifikasi halal menjadi indikator kepercayaan konsumen terhadap produk makanan. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki jaminan halal karena dianggap memiliki standar keamanan, kebersihan, dan kualitas yang lebih baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki fungsi ekonomi yang mendukung keberlanjutan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Sekar dan Setiawan (2025) menyatakan bahwa sertifikasi halal berkontribusi terhadap peningkatan minat beli konsumen dan pertumbuhan penjualan UMKM melalui peningkatan kepercayaan pasar.

2. Daya Saing Produk UMKM

Daya saing merupakan kemampuan suatu usaha dalam menciptakan keunggulan dibandingkan pesaing melalui peningkatan kualitas produk, inovasi, pelayanan, serta kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen. Pada sektor UMKM makanan, daya saing menjadi faktor penting karena meningkatnya jumlah pelaku usaha menyebabkan persaingan semakin tinggi.

Menurut Hasanah et al. (2023), produk pangan UMKM yang memiliki sertifikasi halal memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan daya saing karena mampu membangun kepercayaan konsumen serta memperkuat citra produk di pasar. Sertifikasi halal menjadi salah satu strategi diferensiasi yang membedakan produk UMKM dengan produk lain yang belum memiliki jaminan halal.

Daya saing UMKM juga dipengaruhi oleh kemampuan usaha dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Produk yang memiliki legalitas dan standar tertentu akan lebih mudah diterima oleh konsumen modern yang semakin memperhatikan aspek keamanan dan kualitas produk. Penelitian Ayulestari (2024) menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki sertifikasi halal mengalami peningkatan kepercayaan konsumen, perluasan akses pasar, serta penguatan posisi merek dibandingkan usaha yang belum memiliki sertifikasi halal.

3. Hubungan Sertifikasi Halal terhadap Daya Saing Produk UMKM

Dalam perspektif bisnis, sertifikasi halal dapat menjadi keunggulan kompetitif karena memberikan nilai tambah terhadap produk. Label halal mampu menjadi sinyal positif bagi konsumen bahwa produk telah memenuhi standar tertentu sehingga meningkatkan keyakinan dalam melakukan pembelian. Penelitian Amri et al. (2026) menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh terhadap daya saing UMKM melalui peningkatan kepercayaan konsumen sebagai variabel penghubung.

Dengan demikian, keberadaan sertifikasi halal tidak hanya berorientasi pada aspek kepatuhan syariah, tetapi juga menjadi strategi pengembangan usaha. UMKM makanan yang

memiliki sertifikasi halal berpotensi memperoleh keuntungan berupa peningkatan loyalitas pelanggan, peningkatan penjualan, serta peluang memasuki pasar yang lebih luas.

Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Daya Saing Produk UMKM Makanan

Sertifikasi halal memberikan jaminan bahwa produk telah memenuhi standar kehalalan dan kualitas tertentu sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Kepercayaan tersebut kemudian mendorong peningkatan keputusan pembelian dan memperkuat posisi produk dalam persaingan pasar. Penelitian Sekar dan Setiawan (2025) membuktikan bahwa sertifikasi halal memiliki hubungan positif terhadap peningkatan daya saing UMKM melalui peningkatan minat beli konsumen dan pertumbuhan penjualan.

Selain itu, Al Munawar et al. (2023) menjelaskan bahwa penerapan sistem jaminan produk halal mampu meningkatkan kualitas pengelolaan usaha UMKM sehingga produk lebih kompetitif di pasar. Sertifikasi halal memberikan nilai tambah yang dapat digunakan sebagai strategi diferensiasi produk dibandingkan pesaing yang belum memiliki sertifikasi. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing produk UMKM makanan di Kelurahan Talang Jambe Kota Palembang.

2. Pengaruh Kepercayaan Konsumen sebagai Dampak Sertifikasi Halal terhadap Daya Saing UMKM

Sertifikasi halal mampu meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap produk karena memberikan rasa aman dalam mengonsumsi makanan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen, maka semakin besar peluang produk UMKM untuk memiliki pelanggan yang loyal dan meningkatkan daya saing usaha. Penelitian Amri et al. (2026) menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen menjadi mekanisme penting yang memperkuat hubungan antara sertifikasi halal dan daya saing UMKM. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis kedua adalah:

H2: Kepercayaan konsumen memperkuat pengaruh sertifikasi halal terhadap peningkatan daya saing produk UMKM makanan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami dan menggambarkan secara mendalam fenomena yang terjadi pada UMKM makanan di Kelurahan Talang Jambe Kota Palembang, khususnya terkait peran sertifikasi halal dalam meningkatkan daya saing produk. Menurut Adlini et al. (2022), penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, serta mendokumentasikan karakteristik, konteks, dan makna dari suatu fenomena yang sedang diteliti secara sistematis berdasarkan kondisi yang terjadi di lapangan.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama atau informan penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung terhadap pelaku UMKM makanan di Kelurahan Talang Jambe Kota

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

Volume 05, Nomor 01, Juni 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-74

Palembang untuk memperoleh informasi mengenai pemahaman, pengalaman, serta dampak sertifikasi halal terhadap daya saing produk yang dihasilkan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah tersedia sebelumnya, seperti buku, jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, dokumen resmi, serta literatur yang relevan dengan topik penelitian mengenai sertifikasi halal dan daya saing UMKM. Data sekunder digunakan untuk memperkuat analisis dan memberikan landasan teoritis dalam penelitian.

Menurut Sugiyono (2018), dalam penelitian kualitatif data dapat diperoleh melalui berbagai sumber seperti hasil wawancara, catatan lapangan, dokumen, serta bahan visual berupa foto, video, maupun sumber informasi lainnya yang berkaitan dengan fenomena kehidupan individu maupun kelompok. Oleh karena itu, pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai peran sertifikasi halal dalam meningkatkan daya saing produk UMKM makanan di Kelurahan Talang Jambe Kota Palembang.

Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Kelurahan Talang Jambe, maka peneliti telah menemukan pelaku usaha yang produk makanannya telah tersertifikasi halal. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang telah dilakukan, peneliti memiliki 10 responden yang telah memenuhi kriteria dalam penelitian yaitu 2 pelaku usaha rumah makan khas padang, 3 pelaku usaha produk makanan khas daerah (pempek & model), 2 pelaku usaha rumah makan, 3 pelaku usaha makanan cepat saji.

Tabel 1. Pelaku UMKM Kelurahan Talang Jambe

<i>No.</i>	<i>Nama Pemilik Usaha</i>	<i>Nama Usaha</i>	<i>Tahun</i>	<i>Keterangan</i>	<i>Nomor Sertifikasi</i>
1.	Hari	Pempek Rafi	2023	Ada	ID16110009646250823
2.	Erlangga	Bakso Nadira	2025	Ada	ID16410027977940925
3.	Indrawan	Dapur Tiga Dara	2026	Ada	ID16410030315711025
4.	Sarah	Model Tekwan Masbay	2026	Ada	ID16410030505061025
5.	Fitri	Mie Ayam & Bakso Sultan	2025	Ada	ID16410036711721225
6.	Euis Novi	Pempek Diva	2025	Ada	ID16110016436140324
7.	PT. Selahonje Jaya Makmur	Hisana Fried Chicken	2025	Ada	ID00310021148280125
8.	Eri	Soto & Pindang Mas Gatot	2026	Ada	-
9.	Parman	RM Ampera Wali	2026	Proses	-
10.	Mulyadi	RM Mulya Minang	2026	Proses	-

Berdasarkan data pelaku UMKM di tabel 1 menunjukkan bahwa ada 8 pelaku usaha yang sudah memiliki sertifikasi halal, dan 2 pelaku usaha yang masih dalam proses pemberkasan sertifikasi halal.

1. Peran Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Makanan

Sertifikasi dilakukan dengan melakukan serangkaian pemeriksaan yang dilakukan oleh auditor yang kompeten di bidangnya untuk kemudian ditetapkan status kehalalannya. Apabila syarat-syarat terpenuhi, maka produsen bisa mendapatkan sertifikat halal untuk produknya. Sertifikat halal ini kemudian digunakan oleh produsen sebagai syarat untuk dapat mencantumkan label halal dan nomor registrasi halal pada produk (Warto, 2020).

Sertifikasi halal merupakan salah satu komponen penting dalam industri makanan, khususnya di daerah yang mayoritas penduduknya muslim, seperti di Kelurahan Talang Jambe. Dengan adanya sertifikasi halal, pelaku UMKM makanan dapat memastikan bahwa produk mereka tidak hanya aman untuk dikonsumsi, tetapi juga sesuai dengan syariat Islam. Hal ini diungkapkan oleh Pak Erlangga, pelaku usaha Bakso Nadira dalam wawancara bahwa:

“sertifikasi halal ini penting banget, karena produk yang kita jual ini makanan. Dan kebanyakan orang di Kota Palembang ini muslim ya, jadi saya perlu memberikan kepastian kepada konsumen-konsumen bahwa makanan yang dijual itu makanan halal jadi memang sudah tersertifikasi dan dijamin sehingga dapat dipasarkan secara ideal”

Hal ini juga diungkapkan oleh pelaku usaha Pempek Rafi, RM Ampera Wali, Dapur Tiga Dara, Tekwan Model Masbay, dan Soto Mas Gatot, bahwa sertifikasi halal juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memberikan dampak positif bagi penjual dan pelanggan, selain itu sertifikasi halal juga dapat meningkatkan daya saing dalam suatu usaha dan ini memberikan dampak positif serta dapat terhindar dari produk yang tidak halal (Munawar et al., 2023). UMKM yang telah mendapatkan sertifikasi halal menjadi lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor yang belum memiliki sertifikasi halal, hal ini diungkapkan oleh Pak Rafi, pelaku usaha Pempek Rafi dalam wawancara yang mengatakan bahwa:

“tentu saja usaha kami lebih unggul dari pada kompetitor yang belum ada sertifikasi, itu saja sudah membedakannya. Dan dengan adanya sertifikasi halal ini usaha kami semakin dikenal baik itu masyarakat sekitar maupun dari luar kota, jadi kalo ada konsumen luar kota yang mau beli di pempek rafi bisa kita kirim kemana saja jadi konsumen itu tidak perlu khawatir lagi karna produk kami sudah tersertifikasi halal”

Kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM juga meningkat melalui sertifikasi halal. Ini memperkuat hubungan antara UMKM dan konsumen, dan pada gilirannya meningkatkan loyalitas pelanggan (Camelia, 2024). Selain itu, sertifikasi halal juga memiliki dampak yang cukup bagus untuk keberlangsungan usaha dan mendorong pertumbuhan omset penjualan harian, Hal ini diungkapkan oleh Bu Eri pelaku usaha Soto Mas Gatot, yang mengatakan bahwa:

“rata-rata konsumen saya itu konsumen lama semua, mereka balik lagi kesini untuk beli soto yang saya jual ini, jadi kalo ada rezeki saya mau buka cabang yang baru lagi biar konsumen saya semakin banyak dan terkenal”

Akan tetapi, ada juga pelaku usaha yang mengatakan bahwa belum merasakan kenaikan omset setelah adanya sertifikasi halal, justru merasa akan naik omset apabila adanya kerjasama

dengan suatu instansi pemerintahan dan mitra bisnis lainnya, hal ini diungkapkan oleh Pak Parman dan Pak Erlangga dalam wawancara.

2. Sertifikasi Halal Belum di Manfaatkan Secara Optimal Oleh Pelaku UMKM Makanan

Sertifikasi halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penjaminan Produk Halal (BPJPH), berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia, sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Ketentuan sertifikasi halal peraturan ini menjunjung tinggi perlindungan konsumen, terutama bagi konsumen Muslim (Sri & Nur, 2025).

Namun, pelaku UMKM di Indonesia khususnya di Kelurahan Talang Jambe, belum sepenuhnya memahami pentingnya sertifikasi halal bagi usaha makanan mereka. Sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki sertifikasi halal karena kurangnya pemahaman terkait manfaat sertifikasi halal dan ketidaktahuan tentang prosedur apa saja untuk mendapatkan sertifikasi halal, sementara itu bagi pelaku UMKM yang sudah bersertifikasi halal, manfaatnya belum terasa secara mendalam dan masih kurang efektif. Hal ini diungkapkan oleh Pak Parman pelaku usaha RM Ampera Wali, yang mengatakan bahwa:

“Menurut saya masih stabil atau 50:50 karena kita ini masih di daerah yang mayoritas muslim nya banyak, tapi kalau misalnya daerah talang jambe ini daerah minoritas itu pasti akan berdampak besar karena bagi orang muslim untuk beli barang halal harus yang ada sertifikasi halal nya. Jadi sertifikat halal ini belum dimanfaatkan secara optimal karena daerah kita ini mayoritas nya muslim”

Hal ini juga diungkapkan oleh Ibu Sarah pelaku usaha Tekwan Model Masbay. Pak Erlangga pelaku usaha Bakso Nadira mengatakan bahwa, konsumen belum terlalu mementingkan ada sertifikasi halal atau tidak, karena kalau konsumen sudah yakin dengan makanan yang akan dibeli itu baik dan halal, konsumen akan tetap membeli produk tersebut.

Pembahasan

1. Peran Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Makanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki peran nyata dalam meningkatkan daya saing, namun peran tersebut tidak menyebar secara merata secara keseluruhan pada segmen pasar, karena lebih terasa pada segmen pasar institusional yaitu adanya kerjasama dengan pemerintah atau mitra bisnis lainnya. Beberapa narasumber mengatakan bahwa sertifikasi halal pada produk yang mereka jual memberikan keyakinan bahwa produk tersebut telah memenuhi standar keamanan dan kebersihan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, dan dapat meningkatkan daya saing antar pelaku UMKM.

Dalam Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 yang diuraikan oleh Wajidi dan Susanti yaitu, memberikan keuntungan timbal balik dalam perdagangan produk halal mendapatkan kesempatan untuk terjun di pasar halal. Selain dapat masuk di pasar konvensional, produk sertifikasi halal juga punya kesempatan untuk masuk ke pasar global yang semakin berkembang. Sertifikasi halal memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing produk UMKM makanan. Penelitian yang dilakukan oleh (Mutia, 2025) menunjukkan bahwa sertifikasi tidak hanya menjadi indikator kepatuhan syariah, tetapi juga berfungsi sebagai penanda

kualitas, meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas akses pasar, dan mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Di tengah persaingan yang ketat dalam industri makanan, sertifikasi halal dapat menjadi pembeda yang signifikan. Pelaku usaha yang memiliki sertifikasi halal dapat menonjol di antara pesaing mereka yang tidak memiliki sertifikasi halal. Ini memberikan keunggulan kompetitor yang digunakan dalam strategi untuk menarik lebih banyak konsumen. Dengan demikian, memiliki sertifikasi halal menjadi langkah strategis yang efektif untuk menarik lebih banyak pelanggan dan pelanggan akan selalu kembali membeli produk yang dijual apabila pelaku usaha dapat memberikan kualitas yang baik dan sesuai dengan ekspektasi.

Adanya sertifikasi halal dapat meningkatkan hasil penjualan. Pelaku usaha di Kelurahan Talang Jambe yang sudah memiliki sertifikasi halal memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan daya saing, peningkatan kepercayaan dan loyalitas konsumen, adanya kenaikan omset penjualan pada beberapa pelaku usaha seperti soto mas gatot, pempek rafi, tekwan model masbay, dan dapur tiga dara. Di sisi lain, pelaku usaha seperti RM Ampera Wali dan Bakso Nadira yang mengatakan belum dapat merasakan kenaikan omset harian secara langsung, hal ini menunjukkan bahwa besarnya peran sertifikasi halal terhadap daya saing turut dipengaruhi oleh sejauh mana pelaku usaha mengkomunikasikan dan memanfaatkan sertifikat tersebut secara aktif dalam strategi pemasarannya.

Sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai penanda bahwa suatu produk memenuhi standar kehalalan menurut syariat Islam, tetapi juga menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM makanan di Indonesia. Bagi UMKM, sertifikasi halal dapat memberikan berbagai manfaat yang strategis, seperti meningkatkan daya jual produk, membuka akses ke jangkauan yang luas, serta membangun reputasi bisnis yang lebih baik. Sertifikasi halal ini juga menjadi indikator kualitas yang sering kali dijadikan syarat oleh mitra bisnis, sehingga dapat memperkuat posisi UMKM dalam rantai pasok.

Dengan demikian, sertifikasi halal memiliki peran yang cukup signifikan dalam meningkatkan daya saing produk UMKM makanan di Kelurahan Talang Jambe, terutama pada segmen pasar institusional dan pasar lokal. Hal ini menegaskan bahwa sertifikasi halal bagi UMKM tidak hanya bergantung pada kepemilikan sertifikat itu sendiri, melainkan juga pada strategi pelaku usaha dalam mengkomunikasikannya dan memanfaatkan sertifikat tersebut secara aktif untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas lagi, sekaligus memperkuat pentingnya sosialisasi dan edukasi kepada pelaku UMKM mengenai cara untuk mengoptimalkan sertifikasi halal sebagai instrumen strategi pemasaran, bukan hanya sekedar kewajiban administratif.

2. Sertifikasi Halal Belum di Manfaatkan Secara Optimal Oleh Pelaku UMKM Makanan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan melalui wawancara di Kelurahan Talang Jambe, adanya sertifikasi halal ini belum di manfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM makanan. Dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pada dasarnya menyatakan bahwa sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kepastian hukum dan pemenuhan hak konsumen muslim, tetapi juga diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah dan daya saing pelaku usaha dalam memasarkan produknya. Temuan di lapangan

memperlihatkan adanya kesenjangan antara kebijakan tersebut dengan kondisi riil di tingkat pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Hal ini disampaikan oleh pelaku usaha di Kelurahan Talang Jambe dari sisi demografis wilayah penelitian, bahwa di wilayah yang mayoritas penduduknya beragama Islam, status kehalalan produk belum dianggap sebagai suatu hal yang seharusnya ada. Sertifikasi halal ini baru akan memberikan nilai kompetitif yang signifikan apabila pelaku usaha berada pada lingkungan yang minoritas muslim, di mana konsumen muslim memerlukan kepastian tambahan sebelum memutuskan membeli produk makanan tersebut. Selama ini sosialisasi hanya di fokuskan kepada pelaku usaha saja, namun belum diiringi upaya edukasi kepada konsumen mengenai pentingnya memilih produk yang sudah halal. Akibatnya, sertifikasi halal belum diterima dan dimanfaatkan secara optimal.

Pelaku usaha juga menyebutkan bahwa masih banyak konsumen yang lebih mengutamakan keyakinan pribadi dan kualitas produk dibandingkan status resmi dari sertifikasi halal, hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian makanan masih sangat dipengaruhi oleh faktor kepercayaan personal dan reputasi usaha secara informal. Akibatnya, pelaku usaha tidak terdorong untuk menonjolkan dan memanfaatkan sertifikasi halal yang telah dimilikinya secara lebih aktif dalam strategi pemasaran, karena dari pengalaman mereka sertifikasi tersebut belum secara langsung meningkatkan penjualan.

Dengan demikian, hal tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal belum dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM makanan di Kelurahan Talang Jambe bukan disebabkan oleh ketidakpedulian pelaku usaha terhadap kepatuhan syariah, melainkan lebih disebabkan oleh faktor keyakinan masyarakat sekitar, kesenjangan sosialisasi, serta pola perilaku konsumen yang lebih mengandalkan personal dibandingkan dokumen resmi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing produk UMKM makanan di Kelurahan Talang Jambe Kota Palembang. Sertifikasi halal tidak hanya menjadi bentuk pemenuhan terhadap ketentuan syariah, tetapi juga menjadi strategi bisnis yang mampu memberikan nilai tambah terhadap produk melalui peningkatan kepercayaan konsumen, penguatan citra usaha, serta peluang memperluas jangkauan pasar.

Keberadaan sertifikasi halal memberikan keuntungan bagi pelaku UMKM karena konsumen, khususnya masyarakat muslim, semakin mempertimbangkan aspek kehalalan, keamanan, dan kualitas dalam memilih produk makanan. Dengan adanya sertifikasi halal, UMKM memiliki peluang lebih besar untuk membangun loyalitas pelanggan, meningkatkan daya tarik produk, dan memperkuat posisi usaha dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Namun, implementasi sertifikasi halal pada UMKM makanan di Kelurahan Talang Jambe masih menghadapi beberapa kendala, seperti rendahnya pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya sertifikasi halal, keterbatasan informasi, serta belum optimalnya pemanfaatan sertifikat halal sebagai strategi pemasaran. Berdasarkan hasil observasi, sebagian besar UMKM makanan masih belum memiliki sertifikasi halal, sementara pelaku usaha yang telah memperoleh sertifikasi halal belum sepenuhnya menjadikan sertifikat tersebut sebagai keunggulan kompetitif.

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

Volume 05, Nomor 01, Juni 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-74

Oleh karena itu, diperlukan peningkatan edukasi, pendampingan, dan dukungan dari pemerintah maupun lembaga terkait agar lebih banyak UMKM mampu memperoleh sertifikasi halal dan memanfaatkannya secara optimal. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya menjadi kewajiban administratif, tetapi dapat menjadi instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing, keberlanjutan usaha, dan pertumbuhan ekonomi UMKM makanan di Kelurahan Talang Jambe Kota Palembang.

Daftar Pustaka

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & S. J. M. (2022). Metode penelitian kualitatif studi pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Al Munawar, M. S., Rohmah, M., Rahmadi, A., Marwati, et al. (2023). Penerapan sistem jaminan produk halal pada UMKM untuk meningkatkan daya saing produk. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 165–176. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i1.20274>
- Amri, F., Muhiban, A., Sumarsid, & Utari, S. P. S. (2026). The effect of halal certification on SME competitiveness through consumer trust. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*.
- Amry, A. D., Pebrianti, S., Fajarwati, L., Narti, D., & Monaliza, M. S. (2024). Kasmiasi: Peran sertifikat halal dalam meningkatkan kepercayaan konsumen muslim pada produk makanan dan minuman di Kota Jambi. *Jurnal Ekonomi Revolusioner*, 7(6), 252–263.
- Ayulestari, I. (2024). Persepsi pelaku UMKM Pontianak terhadap sertifikasi halal sebagai daya saing usaha. *Jurnal Muamalat Indonesia*.
- Camelia, I., Achmad, L. I., Ainulyaqin, M. H., & Edy, S. (2024). Analisis peran sertifikasi halal terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 1474–1484.
- Fadillah, R., & Nurhayati, S. (2024). Pengaruh sertifikasi halal terhadap kepercayaan konsumen dan keputusan pembelian produk UMKM makanan. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 7(1), 45–56.
- Hasanah, U., Sunarko, B., Sulistyawan, V. N., et al. (2023). Pendampingan sertifikasi halal sebagai strategi peningkatan daya saing produk pangan UMKM Desa Wisata Melung. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 7(5).
- Lantaeda, S. B., Lengkong, F. D. J., Ruru, J. M., & M, O. (2017). Peran Badan Perencanaan Pembangunan Daerah dalam penyusunan RPJMD Kota Tomohon. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 4(48), 243.
- Mry, A. (2024). The role of halal certification in increasing consumer trust and business competitiveness. *Journal of Islamic Economics and Business Research*, 5(1), 1–12.
- 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>
- Mutia, A. (2025). Hambatan implementasi sertifikasi halal pada UMKM dan strategi penguatan industri halal Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(1), 120–132.
- Mutia, A. (2025). Peran sertifikasi halal dalam meningkatkan daya saing produk makanan UMKM. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah*, 6, 1043–1052.

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

Volume 05, Nomor 01, Juni 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-74

- Nasrulloh, M. F., Mahendri, W., Fadhli, K., & Maksum, M. J. S. (2024). Pelatihan digital marketing produk UMKM pada masyarakat Desa Betek guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 57–63. <https://doi.org/10.32764/abdimasekon.v4i2.4019>
- Nasrulloh, M., et al. (2024). Strategi peningkatan daya saing UMKM melalui inovasi produk dan penguatan kualitas usaha. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2), 88–99.
- Nugraha, A., Rahman, F., & Hasanah, N. (2023). Halal industry development and its impact on MSME competitiveness in Indonesia. *Journal of Halal Product and Research*, 6(2), 115–126.
- Putri, A. (2023). Peran sertifikasi halal dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada produk UMKM. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 101–112.
- Rachmawati, D., & Fadillah, M. (2023). The development of halal food industry in Indonesia: Opportunities and challenges for Muslim consumers. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 13(1), 45–58.
- Rahmawati, D. (2024). Peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia dan penguatan ekonomi lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 15–27.
- Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC). (2023). *The Muslim 500: The World's 500 Most Influential Muslims*.
- Sari, R., & Hidayat, T. (2025). Halal certification as a strategy for strengthening MSME competitiveness in the food sector. *Journal of Islamic Marketing and Halal Studies*, 4(1), 20–35.
- Sekar, A. M., & Setiawan, N. (2025). Sertifikasi halal dan daya saing UMKM di Indonesia: Studi systematic literature review. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi Medan*, 7(1).
- Sri, A., & Nur, W. (2025). Pemahaman daya saing produk halal pada industri makanan ringan oleh oleh khas di Kabupaten Kolaka. *[Nama Jurnal Tidak Tercantum]*, 10, 405–418.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Wahyuni, H. C., Handayani, P., & Wulandari, T. (2023). Pendampingan sertifikasi halal untuk meningkatkan daya saing produk UMKM. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1).
- Warto, S. (2020). Sertifikasi halal dan implikasinya bagi bisnis produk halal di Indonesia. *Al-Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(2).