

Analisis Sertifikasi Halal Tape Singkong untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM Kuliner di Kampung Tape Desa Candi Binangun Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan

Sukanto¹, Aslikhah², Nola Rahmah³

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam,
Universitas Yudharta Pasuruan

Jl. Yudharta No. 7 Sengonagung Purwosari Pasuruan, Jawa Timur, Indonesia
sukanto@yudharta.ac.id¹, aslikhah@yudharta.ac.id², nolarahmah8@gmail.com³

ABSTRACT

This Halal certification is the process of obtaining halal certification through several levels of inspection to prove that the raw materials, manufacturing processes, and halal product assurance system of a company meet the established standards. Halal certification guarantees the benefit and well-being of the community. This research aims to examine the importance of halal certification in improving the marketing of culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) and the impact of marketing MSME products after being certified halal, specifically cassava tape, in Kampung Tape, Candi Binangun Village, Sukorejo, Pasuruan Regency. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques through surveys, interviews, and observations. The results showed that halal certification plays an important role in increasing consumer confidence and opening up new market opportunities for MSMEs. The halal certification process is relatively easy to do online and free of charge, with support from the village government. After halal certification, cassava tape marketing experienced an increase in turnover and product attractiveness. MSME actors consistently use halal-certified raw materials to support business growth. Thus, halal certification has a positive impact on improving the marketing of culinary MSMEs in Kampung Tape, expanding market share, and increasing product competitiveness in the halal food and beverage industry.

Keywords: Halal Certification; Marketing; MSMEs

ABSTRAK

Sertifikasi halal adalah proses memperoleh sertifikasi halal melalui beberapa tingkat pemeriksaan untuk membuktikan bahwa bahan baku, proses manufaktur, dan sistem jaminan produk halal perusahaan memenuhi standar yang ditetapkan. Dengan adanya Sertifikasi halal menjadikan terjaminnya kemaslahatan bagi umat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pentingnya sertifikasi halal dalam meningkatkan pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner dan dampak pemasaran produk UMKM sesudah tersertifikasi halal, khususnya tape singkong, di Kampung Tape Desa Candi Binangun, Sukorejo, Kabupaten Pasuruan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui *survey*, wawancara, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memainkan peran penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka peluang pasar baru bagi UMKM. Proses sertifikasi halal relatif mudah dilakukan secara *online* dan tanpa biaya, dengan dukungan pemerintah desa. Pasca-sertifikasi halal, pemasaran tape singkong mengalami peningkatan omset dan daya tarik produk. Pelaku UMKM konsisten menggunakan bahan baku bersertifikasi halal untuk

mendukung pertumbuhan usaha. Dengan demikian, sertifikasi halal memberikan dampak positif dalam meningkatkan pemasaran UMKM kuliner di Kampung Tape, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan daya saing produk dalam industri makanan dan minuman halal.

Kata kunci: Sertifikasi Halal; Pemasaran; UMKM

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian Indonesia telah menciptakan banyak industri baru yang menghasilkan produk untuk konsumen. Dengan berkembangnya perekonomian pada sektor perekonomian mulai meningkat. Masyarakat mulai berlomba-lomba menciptakan usaha untuk memenuhi kebutuhan ekonomi yang semakin meningkat. Diantaranya, berdagang berbagai bahan pangan. Dalam beberapa tahun terakhir, industri halal menjadi tren di beberapa negara, termasuk Indonesia. Indonesia mempunyai kepadatan penduduk yang tinggi dan mayoritas beragama Islam. Oleh karena itu, makanan yang beredar memerlukan perhatian tidak hanya pada komposisi yang memberikan kesehatan medis, tetapi juga memastikan bahwa makanan tersebut halal untuk dikonsumsi.

Negara Indonesia berpenduduk mayoritas beragama Islam yakni mencakup 87,18% dari total penduduk beragama Islam. Oleh karena itu, permintaan terhadap produk halal dinilai signifikan. Indonesia adalah salah satu negara yang mengawasi masyarakat untuk jaminan beragama dan beribadah bagi semua orang. Hal ini diatur dalam ketentuan UUD 1945, Pasal 29 ayat (2), yang dengan jelas menyatakan “Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agama masing-masing dan untuk beribadat menurut agama dan kepercayaan itu”. Jaminan beragama menyiratkan bahwa masyarakat mempunyai kebebasan untuk memutuskan keyakinan apa yang mereka pilih. Sedangkan jaminan ibadah adalah hak kebebasan beribadah sesuai hukum syariah.

Keberagaman ini dipadukan dengan petunjuk bahasa Indonesia, khususnya “Bhinneka Tunggal Ika”, dimana petunjuk tersebut mempunyai arti “berbeda-beda tapi tetap satu jua”. Indonesia juga merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar. Oleh karena itu, hal ini dapat menyebabkan peningkatan produktivitas serta permintaan produksi pangan halal di Indonesia. Pangan adalah sesuatu yang berasal dari tumbuhan, hewan, atau air, kemudian diolah menjadi makanan dan minuman yang dikonsumsi manusia. Sedangkan makanan halal adalah makanan yang diolah dari bahan-bahan yang berasal dari tumbuhan, hewan, atau air yang hanya boleh dikonsumsi oleh umat Islam dan tidak mengandung bahan-bahan atau bahan tambahan pangan yang dilarang oleh Islam.

Dalam beberapa tahun terakhir, industri halal menjadi tren di beberapa negara, termasuk Indonesia. Indonesia mempunyai kepadatan penduduk yang tinggi dan mayoritas beragama Islam. Oleh karena itu, makanan yang beredar memerlukan perhatian tidak hanya pada komposisi yang memberikan kesehatan medis, tetapi juga memastikan bahwa makanan tersebut halal untuk dikonsumsi.

Sektor makanan halal saat ini menawarkan peluang baru untuk mendorong pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Hal ini merupakan peluang baru, karena tidak hanya negara-negara mayoritas muslim tetapi juga negara-negara minoritas muslim yang terlibat dalam pengembangan industri halal. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia juga berupaya mengembangkan industri makanan dan minuman halal dalam negeri guna mendorong pertumbuhan industri halal.

Makanan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan apa pun yang dilarang untuk dikonsumsi oleh umat Islam, baik dari segi bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, eksipien, dan bahan penolong lainnya, serta bebas dari modifikasi genetik dan iradiasi pangan dan pengelolaannya yang dilaksanakan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam (Salam & Makhtum, 2022). Kata halal berasal dari bahasa Arab dan berarti "melepaskan" atau "tidak terikat". Secara etimologis, halal berarti diperbolehkan dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan peraturan yang melarangnya (Agus, 2017). Bagi umat Islam, konsep halal merupakan suatu hal yang mutlak menurut Syari'at, sebagaimana dijelaskan dalam Surat Al-Maidah ayat 88 yang berbunyi:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya : "*Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman.*" (Al-Maidah: 88)

Sebagai seorang muslim tentunya wajib untuk mengonsumsi makanan halal. Dalam Islam, halal dan haram merupakan elemen hukum syariah yang saling berhubungan. Halal mengacu pada hal-hal yang diperbolehkan, sedangkan haram mengacu pada hal-hal yang dilarang atau ilegal. Bagi umat Islam, memilih produk halal merupakan suatu kewajiban yang terhormat. Pemerintah bertanggung jawab dalam hal ini dengan memberikan perlindungan dan jaminan produk halal kepada masyarakat muslim. Kepastian produk halal dapat meyakinkan konsumen atau menggunakannya.

Jaminan kehalalan suatu produk pangan dapat tercipta dengan diterbitkannya sertifikat halal yang dimana produk pangan tersebut harus disertai dengan label halal pada kemasan produk pangan tersebut, dengan adanya sertifikasi halal ini konsumen dapat melihat dan membedakan produk halal dari produk non-halal. Hal-hal ini untuk menjauhkan umat Islam dari dosa dan tidak merugikan umat Islam.

Sertifikasi halal adalah proses memperoleh sertifikasi halal melalui beberapa tingkat pemeriksaan untuk membuktikan bahwa bahan baku, proses manufaktur, dan sistem jaminan produk halal perusahaan memenuhi standar yang ditetapkan (Faturrohman, 2019). Sertifikasi dilakukan melalui serangkaian pemeriksaan dan selanjutnya penetapan status halal oleh auditor yang berkompeten di lapangan, sehingga menghasilkan fatwa tertulis yang menetapkan kehalalan produk dalam bentuk sertifikat halal. Sertifikat halal berlaku selama 4 tahun. Setelah

itu, bisa melakukan ekstensi atau perpanjangan. Perusahaan wajib memberikan jaminan halal dengan selalu menjaga konsistensi kehalalan produknya. Pelaksanaan Sistem Jaminan Halal (SJH) di lingkungan perusahaan harus dilaporkan secara berkala setiap enam bulan sekali.

Sertifikasi halal mengacu pada jaminan bagi umat Islam mengenai konsumsi produk yang sesuai dengan aturan Islam. Hal ini penting karena dapat mempengaruhi keputusan konsumsi umat Islam mengenai apakah suatu produk halal atau tidak. Oleh karena itu, sertifikasi tidak hanya membantu umat Islam memastikan bahwa apa yang mereka makan mematuhi hukum Islam, namun juga memberikan jaminan kepada produsen bahwa produk yang mereka tawarkan berstandar halal. Sebab itu, lembaga halal dan sistem sertifikasi diciptakan untuk memenuhi kebutuhan.

Tujuan sertifikasi halal pada hakikatnya adalah untuk melindungi hak-hak konsumen, khususnya konsumen muslim. Hal ini untuk menentukan apakah produk tersebut layak mendapat sertifikasi halal (Nadya et al., 2023). Manfaat sertifikasi halal pada dasarnya sangat besar, termasuk kepentingan konsumen itu sendiri, pelaku ekonomi, dan bahkan pemerintah. Di sisi lain, selain menghilangkan keraguan konsumen terhadap kehalalan produk, penggunaan bahan baku pada produk juga dijamin dapat mencegah penyalahgunaan bahan baku yang dapat merugikan konsumen dan tentunya produk itu sendiri. Selain itu, ada dua keharusan untuk sertifikasi Halal adalah: (a) Aspek moral sebagai wujud tanggung jawab produsen terhadap konsumen. (b) Pada segi bisnis dapat digunakan sebagai alat pemasaran untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen (Ramlan & Nahrowi, 2014).

Pengusaha yang menjual produk terbaru harus memberikan informasi yang akurat dan mendapatkan standar logo sertifikat MUI. Oleh karena itu, sertifikasi halal tetap digunakan untuk melindungi konsumen dari produk ilegal dan memberikan kepastian status halal nya. Seluruh konsumen dapat merasa tenang karena produk yang dikonsumsi terjamin halal dan layak dikonsumsi. Jika seseorang ingin membeli suatu produk, baik produk baru maupun produk lama, maka ia harus memperhatikan kehalalan produk tersebut agar dapat hidup tenteram hatinya dan agama untuk menjalani kehidupan di dunia. Keuntungan bagi pengusaha yang produknya sudah bersertifikasi halal adalah pemasarannya semakin luas.

Pemasaran adalah salah satu faktor penting untuk mencapai sukses bagi perusahaan. Perusahaan dengan penjualan yang banyak pasti memiliki pemasaran yang hebat dan terencana. Pemasaran juga merupakan faktor penting dalam memenuhi kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial, untuk itu kegiatan pemasaran harus memberi kepuasan kepada konsumen (Pertwi, 2021). Perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen harus menyusun kebijakan produk, harga, promosi dan distribusi yang tepat sesuai dengan konsumen sasarannya. Pemasaran sangat penting bagi pengusaha khususnya bagi para pelaku UMKM.

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) didefinisikan sebagai usaha dengan jumlah pekerja 1 sampai 99 orang, dengan uraian 1 sampai 19 tergolong usaha mikro dan 20 sampai 99 tergolong usaha menengah (Nasori et al., 2022). UMKM mempunyai peranan penting dalam dunia usaha nasional dan mempunyai kedudukan, posisi dan peranan yang strategis dalam mencapai tujuan pembangunan nasional. Peningkatan dan penguatan UMKM saat ini mendapat perhatian yang cukup besar dari berbagai macam pihak, baik bank pemerintah maupun swasta, lembaga swadaya masyarakat dan lembaga lainnya. Hal ini disebabkan besarnya potensi UMKM yang berperan dalam menyerap tenaga kerja dan menambah tenaga kerja serta jumlah unit usaha.

Hal ini disebabkan besarnya potensi UMKM yang berperan dalam menyerap tenaga kerja dan menambah tenaga kerja serta jumlah unit usaha. UMKM harus efektif sebagai penggerak perekonomian nasional. Pergerakan perekonomian utama Indonesia pada dasarnya adalah usaha mikro, kecil dan menengah. Peran usaha kecil, menengah, dan mikro dalam perekonomian tentu sangat besar. Dalam berbagai kesempatan telah dikemukakan bahwa UMKM memang menjadi tulang punggung perekonomian khususnya di Indonesia. UMKM berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dan mendorong pertumbuhan ekspor nonmigas. Jika usaha kecil dan menengah dapat berkembang lebih jauh, maka kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi akan semakin besar.

Usaha kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Terbukti pada awal krisis ekonomi, pemerintah sangat mengandalkan peran UMKM untuk meminimalisir dampak negatif krisis ekonomi tersebut (Ekonomi et al., 2023). UMKM menjadi solusi untuk menyerap tenaga kerja yang terkena PHK akibat pemutusan hubungan kerja dan juga menjadi sumber penghasilan tambahan bagi tenaga kerja. Untuk menjalankan tugas dan fungsinya, pengelolaan UMKM memerlukan beberapa unsur, antara lain: informasi. Informasi adalah fakta, data, pengamatan, dan segala sesuatu yang berkontribusi terhadap pengetahuan. Manusia membutuhkan informasi untuk mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan.

Di wilayah Jawa Timur sebagian besar roda perekonomian digerakkan oleh sektor UMKM (Aslikhah & Alimatul Farida, 2023). Hal ini sudah terbukti karena UMKM tersebut memberikan kontribusi pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) tahun 2019 sebesar 56,94%. Dari jumlah tersebut, UMKM di bidang makanan dan minuman memberikan kontribusi sebesar 34,96%.

Kabupaten Pasuruan adalah suatu daerah yang sangat respons terhadap berkembangnya UMKM, sebagaimana disampaikan oleh pemerintah daerah bahwa UMKM di Kabupaten Pasuruan adalah salah satu *backbone* perekonomian daerah. Hal ini dilihat dari peningkatan Usaha Mikro Kecil di Kabupaten Pasuruan semakin meningkat. Kabupaten Pasuruan terdapat banyak UMKM, termasuk di Kecamatan Nongkojajar, memiliki banyak produk yang relatif berkualitas. Apel merupakan potensi utama Desa Nongkojajar yang diolah menjadi minuman sari buah apel,

sedangkan kopi dari wilayah Prigen, Purwosari, dan Purwodadi diolah menjadi kopi khas kopi dan kapiten. Lekok yang terletak di kawasan tambak merupakan penghasil ikan yang kemudian diolah menjadi keripik dan ikan asap. IKM lainnya antara lain IKM Kampung Tape Sukorejo dan IKM Keripik Jamur Bangil.

Yang menjadi objek penelitian kali ini adalah UMKM kuliner di Kampung Tape Candi Binangun, Sukorejo, Pasuruan. Diantara semua dusun di desa ini, rata-rata hampir seluruh warga kompak menjadikan tape sebagai ladang pekerjaan. Selain itu, yang membuatnya lebih unik adalah usaha rumahan ini sudah dijalani secara turun menurun sejak tahun 1980-an. Hingga kini, tape candi binangun masih mampu bertahan dan berkembang sangat pesat. Pemilihan bahan baku menjadi salah satu kunci tape candi binangun selalu disukai pembeli sehingga bisa tetap eksis saat makin maraknya cemilan kekinian.

Penulis memilih objek ini dikarenakan UMKM tersebut sudah mempunyai sertifikasi halal. Bagi pelaku UMKM di desa tersebut, memiliki sertifikat halal dapat memberikan banyak manfaat. Pertama, sertifikat ini memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut telah melalui proses produksi yang sesuai dengan standar kehalalan. Dalam era digital saat ini, konsumen semakin cerdas dan berhati-hati dalam memilih produk yang mereka beli. Dengan memiliki sertifikat halal, pelaku UMKM memiliki keunggulan kompetitif yang kuat untuk memenangkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menitikberatkan pada pemahaman permasalahan kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas yang holistik, kompleks dan rinci. Bogdan dan Taylor menyampaikan metode kualitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan orang serta perilaku yang diamati. Kemudian Creswell mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai proses penyelidikan suatu fenomena sosial dan masalah manusia (Waruwu, 2023). Penelitian kualitatif juga didefinisikan sebagai suatu strategi pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus dan multi metode, bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif dalam penelitian ilmiah.

Teknik pengumpulan data penelitian kualitatif dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber data berasal dari data primer dan sekunder. Adapun teknik penelitian ini dimulai dari permohonan izin dari pengusaha tape singkong, kemudian dilanjutkan dengan membuat pedoman wawancara, selanjutnya adalah mengelola data yang meliputi transkrip data, reduksi data, triangulasi, membuat hasil dan pembahasan, serta menarik kesimpulan. Adapun pengumpulan data teknik yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

| NO | METODE PENELITIAN | KETERANGAN |
|----|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Observasi | Teknik observasi dilakukan untuk mengamati perilaku dan aktivitas partisipan di UMKM tape singkong di Desa Candi Binangun. |
| 2. | Wawancara | Proses wawancara yang dilakukan oleh peneliti ini dilakukan langsung dengan informan yaitu Bapak Munif selaku yang mendampingi sertifikasi halal tape singkong dan Bapak Faisol, Bapak Hasan, Bapak Adnan, Bapak Halim, Bu Aisyah, Bu Zainab selaku pengusaha tape singkong di Candi Binangun Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan. |
| 3. | Dokumentasi | Berikut salah satu dokumentasi penelitian: <div style="text-align: center;">  </div> |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan teknik analisis data kualitatif deskriptif (pembahasan) dari data yang telah diperoleh baik melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara diidentifikasi agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan, dari hasil tersebut dikaitkan dengan teori yang ada dan dibahas sebagai berikut:

1. Pentingnya Sertifikasi Halal tape singkong untuk meningkatkan pemasaran UMKM kuliner di Kampung Tape Desa Candi Binangun

Berdasarkan data penulis menganalisis realitas tentang UMKM tape singkong di Desa Candi Binangun. UMKM tape singkong merupakan usaha yang sudah berlangsung lama dan turun temurun dan sampai saat masih

bertahan. Usaha pengolahan tape singkong merupakan mata pencaharian sebagian besar masyarakat desa Candi Binangun baik sebagai pekerjaan utama maupun sampingan. Kapasitas produksi pengrajin tape di Desa Candi Binangun rata-rata 150 kg tape per hari atau 3.750 kg per bulan. Pembuatan tape singkong sangat mudah. Tape dibuat dari proses fermentasi bahan berkarbohidrat dengan ragi. Selain singkong, bahan baku tape bisa berasal dari ubi, ketan, hingga pisang. Proses fermentasi adalah tahapan paling penting dari cara membuat tape singkong. Kunci dari cara membuat tape singkong adalah penggunaan ragi, terutama *Saccharomyces cerevisiae* dan sejumlah jenis ragi lainnya. Cara membuat tape singkong pada umumnya memakan waktu 2 hingga 3 hari lamanya.



Gambar 1. Proses Pembuatan Tape Singkong

Data dari hasil penelitian yang didapatkan melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti, dimana informan yang diwawancarai secara mendalam adalah pemilik usaha tape singkong di Desa Candi Binangun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada informan mengenai pentingnya sertifikasi halal terhadap produk tape singkong bahwa pada tahun 2024, semua produk diharuskan memiliki sertifikasi halal sesuai dengan UU No. 14 tentang jaminan produk halal. Ini menegaskan bahwa mengikuti sertifikasi halal bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kewajiban hukum yang harus dipatuhi oleh produsen.

Dalam hal ini, pemerintah desa juga turut mendukung proses sertifikasi halal dengan mengadakannya, menegaskan pentingnya kepatuhan terhadap regulasi halal yang ditetapkan pemerintah. Pemilik usaha tape singkong menyebutkan bahwa mereka melewati proses sertifikasi halal melalui pendamping seperti Bapak Munif di Sukorejo. Ini menunjukkan bahwa ada jaringan pribadi atau kontak yang membantu dalam memfasilitasi proses sertifikasi halal. Beberapa produsen menyatakan bahwa proses sertifikasi halal relatif mudah, terutama karena dilakukan secara online dan tanpa biaya. Hal ini membantu mempermudah akses produsen ke sertifikasi halal tanpa terkendala oleh biaya atau proses yang rumit. Berikut produk tape singkong yang sudah bersertifikasi halal:



Gambar 2. Produk UMKM Khas Candi Binangun

Produk yang memiliki sertifikasi halal akan lebih diterima di pasaran, terutama di kalangan konsumen muslim yang membutuhkan produk halal baik di pasar domestik maupun internasional. Dengan memiliki sertifikasi halal, produsen dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap kehalalan dan keamanan produknya melalui sertifikat halal bahwa produk UMKM telah melewati proses pengujian dan verifikasi yang ketat untuk memastikan bahwa bahan-bahan yang digunakan halal dan sesuai dengan standar kehalalan yang ditetapkan. Hal ini tercermin dari pengalaman beberapa produsen salah satunya yaitu Bapak Adnan yang menyatakan bahwa pelanggan mereka tidak ragu lagi terhadap sterilitasnya makanan setelah produk mereka tersertifikasi halal.

2. Pemasaran produk tape singkong pada UMKM kuliner di Kampung Tape Desa Candi Binangun Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan sesudah sertifikasi halal

Berdasarkan dari hasil penelitian bahwa strategi pemasaran produk tape singkong ini melalui beberapa strategi yaitu dengan menitipkan produk di pasar tradisional, seperti pasar Lawang dan Pasar Mojosari. Hal ini memungkinkan produk tape singkong untuk diakses oleh pelanggan secara langsung di lokasi yang mudah dijangkau. Dalam beberapa kasus, UMKM tersebut menjalin kemitraan dengan Masjid Cheng Ho untuk menjual produk mereka sebagai oleh-oleh. Hal ini menciptakan peluang pemasaran yang unik, di mana produk dapat diakses oleh jamaah masjid dan wisatawan yang berkunjung ke tempat tersebut.



Gambar 3. Pemasaran Produk Tape Singkong Di Masjid Cheng Ho

Berdasarkan dari hasil penelitian bahwa setelah sertifikasi halal, pemasaran produk tape singkong pada UMKM kuliner di Kampung Tape Desa Candi Binangun Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan mengalami beberapa perubahan atau peningkatan. Beberapa produsen menyaksikan peningkatan omset yang signifikan setelah produk mereka tersertifikasi halal. Hasil wawancara dengan Bapak Halim (Pemilik UMKM Tape Singkong) pada tanggal 30 Januari 2024. Beliau merasakan dampak sertifikasi halal yaitu usaha beliau omsetnya meningkat 3 kali lipat ketika hari libur, karena beliau menjual produk tape di pusat oleh-oleh yakni Masjid Cheng Ho. Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat membuka peluang pasar baru dan meningkatkan daya tarik produk. Karena ketika suatu produk itu sudah halal dan selalu menjaga kualitas pasti banyak sekali konsumen yang selalu tertarik.



Gambar 4. Wawancara Dengan Pemilik Usaha Tape Singkong

Pelaku UMKM tape singkong juga selalu konsisten untuk menggunakan bahan baku yang sudah bersertifikasi halal agar usahanya bisa terus berkembang. Dan ketika ada konsumen yang sudah berlanggan maka dia merekomendasikan kepada temannya, dan hasilnya produk tersebut bisa dikenal banyak masyarakat. Apalagi dengan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen pasti banyak sekali konsumen yang tertarik. Maka dari itu sertifikasi halal sangat berdampak bagi peningkatan pemasaran UMKM karena dengan menerapkan rantai nilai halal omzet penjualan, laba dan pangsa pasar mengalami peningkatan.

KESIMPULAN

Dari rangkaian tersebut, dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya menjadi kebutuhan pasar, tetapi juga menjadi kewajiban hukum bagi produsen, sesuai dengan regulasi yang berlaku. Adanya dukungan dari pemerintah desa dan jaringan pendamping memfasilitasi proses sertifikasi halal bagi UMKM, menunjukkan pentingnya kerja sama antara pemerintah dan pelaku usaha untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi halal.

UMKM mengadopsi strategi pemasaran yang efektif, seperti menitipkan produk di pasar tradisional dan menjalin kemitraan dengan institusi lokal, yang membantu meningkatkan aksesibilitas dan daya tarik produk. Konsistensi dalam menggunakan bahan baku halal dan menjaga kualitas produk memperkuat reputasi UMKM dan membangun kepercayaan konsumen, yang merupakan faktor kunci dalam kesuksesan bisnis. Dampak positif sertifikasi halal terhadap pemasaran dan omset yaitu Produk dengan sertifikasi halal lebih mudah diterima di pasar, terutama di kalangan konsumen muslim, yang membuka peluang pasar baru bagi produsen. UMKM mengalami peningkatan omset yang signifikan setelah produk mereka tersertifikasi halal, menunjukkan bahwa sertifikasi tersebut memberikan keunggulan kompetitif dan meningkatkan daya tarik produk.

SARAN

Produsen UMKM tape singkong perlu memprioritaskan proses sertifikasi halal sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka. Ini tidak hanya akan memenuhi tuntutan pasar, tetapi juga akan memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku. Produsen perlu mengambil keuntungan dari dukungan yang diberikan oleh pemerintah desa dan jaringan pendamping dalam memfasilitasi proses sertifikasi halal. Mereka dapat mencari informasi dan bantuan dari lembaga atau individu yang berwenang untuk memudahkan proses ini.

Produsen perlu menjaga konsistensi dalam menjalankan bisnis mereka, tetapi juga harus terbuka terhadap inovasi dan perubahan pasar. Hal ini akan membantu mereka tetap relevan dan kompetitif di pasar yang terus berubah. Selain pasar tradisional, UMKM juga bisa mengeksplorasi strategi pemasaran yang lebih luas, seperti melalui kemitraan dengan institusi lokal atau penjualan *online*. Hal ini dapat membuka peluang pasar baru dan meningkatkan aksesibilitas produk. Dengan mengambil langkah-langkah ini, UMKM tape singkong di Desa Candi Binangun dapat meningkatkan pemasaran, omset, dan keberlanjutan bisnis mereka dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, P. A. (2017). Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 150–165. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2172>
- Almeida, C. S. de, Miccoli, L. S., Andhini, N. F., Aranha, S., Oliveira, L. C. de, Artigo, C. E., Em, A. A. R., Em, A. A. R., Bachman, L., Chick, K., Curtis, D., Peirce, B. N., Askey, D., Rubin, J., Egnatoff, D. W. J., Uhl Chamot, A., El-Dinary, P. B., Scott, J.; Marshall, G., Prensky, M., ... Santa, U. F. De. (2016). MANAJEMEN PEMASARAN. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1). <https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Aht>

[tp://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnh](http://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnh)
[tp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnh](http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnh)
[tps://mckinseyonsociety.com/downloads/reports/Educa](https://mckinseyonsociety.com/downloads/reports/Educa)

- Aslikhah, & Alimatul Farida. (2023). Sertifikasi Halal Untuk Penguatan Branding Produk Usaha Mikro Kecil di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Mu'allim*, 5(2), 385–396. <https://doi.org/10.35891/muallim.v5i2.4185>
- Ekonomi, F., Maulana, U. I. N., & Ibrahim, M. (2023). *PEMAHAMAN PROPOSAL BISNIS PADA UMKM KAMPUNG TAPE DUSUN KRAJAN DESA CANDIBINANGUN* (Issue 199205222020122020).
- Faturohman, I. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli terhadap Makanan Halal. Studi pada Konsumen Muslim di Indonesia. *Jurnal Adminstrasi Niaga*, 10(1), 882–893.
- Hendrayani, E., Sitingjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. *Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Konsep*, June, 126.
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.
- Mubasit. (2012). *Manajemen Pemasaran* (pp. 1–111).
- Nadya, A. Q., Hafidz, A. ridho, Latifa, A., & Fikri, S. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal UMKM Desa Pondokagung Kecamatan Kasembon Kabupaten Malang. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v1i1.25>
- Nasori, N., Indrawati, S., Endarko, E., Mashuri, M., Prayitno, G., & Rubiyanto, A. (2022). Pemetaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Jawa Timur Menuju Sertifikasi Halal Tahun 2024. *Sewagati*, 6(1), 76–84. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i1.172>
- Pertiwi, I. V. A. N. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Ikm Dodol Tape Sirsak Super “Ibu Nur” Desa Lesmana Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas. *Repository.Uinsaizu.Ac.Id*, 32–34. <http://repository.uinsaizu.ac.id/11771/>
- Ramlan, R., & Nahrowi, N. (2014). Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami Dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim. *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah*, 17(1), 145–154. <https://doi.org/10.15408/ajis.v17i1.1251>
- Salam, D. Q. A., & Makhtum, A. (2022). Implementasi Jaminan Produk Halal Melalui Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Umkm Di Kabupaten Sampang. *Qawwam : The Leader's Writing*, 3(1), 10–20. <https://www.jurnalfuad.org/index.php/qawwam/article/view/110>

Sarwono, H. A. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh). *Bank Indonesia Dan LPPI*, 1–135.

Syafitri, M. N., Sidoarjo, U. M., Salsabila, R., Sidoarjo, U. M., Latifah, F. N., & Sidoarjo, U. M. (2022). *Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*. *10(1)*, 16–42.

Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7(1)*, 2896–2910.