

Kesadaran dan Persepsi Sertifikasi Halal pada UMKM Kuliner di Pasar Senggol Purwosari

¹Syafna Salsabila, ²M. Dayat, ³Ifdlolul Maghfur

Program Studi Ekonomi Syari'ah, Fakultas Agama Islam, Universitas Yudharta Pasuruan

¹syafnasalsabila6@gmail.com, ²m.dayat@yudharta.ac.id, ³ifdhol@yudharta.ac.id

ABSTRACT

Halal awareness is a deep understanding possessed by Muslim consumers about halal products, in accordance with Islamic law and teachings. This understanding includes knowledge about the concept of halal, the halal production process, and how to ensure the halalness of products to be consumed. Muslim consumers tend to choose and consume halal products, considering that halal is not only about physical safety, but also the safety of belief. They prefer products that have been declared halal by an authorized institution (LPPOM MUI) because they feel safer and free from hazardous materials. Therefore, every Muslim is required to have halal awareness, because it reflects a deep understanding of the Islamic teachings that they believe in. Thus, halal awareness can be interpreted as a Muslim's understanding of the halal concept of a product in accordance with Islamic law. This study aims to examine the importance of halal awareness in improving the quality of culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) services and the perception of halal certification, especially culinary MSMEs, in Pasar Senggol, Purwosari, Pasuruan Regency. The research method used is a qualitative case study with data collection techniques through surveys, interviews, and observations. The results of the study show that most culinary MSMEs understand the importance of halal certification and believe that it is a guarantee of quality and consumer trust. However, there are also some MSMEs that pay less attention to or even ignore halal certification. Culinary SMEs in Pasar Senggol Purwosari have the same thoughts about halal certification. They believe that obtaining a halal certificate is the personal responsibility of each business owner, not a shared responsibility. This means that they think that they themselves must decide whether they want to have a halal certificate or not, regardless of what other business owners do. This was revealed from interviews with several business owners.

Keywords: *Halal Awareness, Perception, MSMEs, Halal Certification*

ABSTRAK

Kesadaran halal merupakan pemahaman mendalam yang dimiliki oleh konsumen Muslim tentang produk halal, sesuai dengan hukum dan ajaran Islam. Pemahaman ini mencakup pengetahuan tentang konsep halal, proses produksi yang halal, dan cara memastikan kehalalan produk yang akan dikonsumsi. Konsumen Muslim cenderung memilih dan mengonsumsi produk yang halal, mengingat kehalalan bukan hanya tentang keamanan fisik, tetapi juga keamanan keyakinan. Mereka lebih memilih produk yang telah dinyatakan halal oleh lembaga berwenang (LPPOM MUI) karena merasa lebih aman dan terhindar dari bahan berbahaya. Oleh karena itu, setiap Muslim dituntut memiliki kesadaran halal, karena mencerminkan pemahaman mendalam tentang ajaran Islam yang diyakininya. Dengan

demikian, kesadaran halal dapat diartikan sebagai pemahaman seorang Muslim tentang konsep halal suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pentingnya kesadaran halal dalam meningkatkan kualitas pelayanan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner dan persepsi sertifikasi halal, khususnya umkm kuliner, di Pasar Senggol, Purwosari, Kabupaten Pasuruan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif studi kasus dengan teknik pengumpulan data melalui survey, wawancara, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar UMKM kuliner memahami pentingnya sertifikasi halal dan percaya bahwa itu merupakan jaminan kualitas dan kepercayaan konsumen. Namun, ada juga sebagian UMKM yang kurang memperhatikan atau bahkan mengabaikan sertifikasi halal. UMKM kuliner di Pasar Senggol Purwosari punya pemikiran yang sama tentang sertifikat halal. Mereka berpendapat bahwa mendapatkan sertifikat halal adalah tanggung jawab pribadi masing-masing pemilik usaha, bukan tanggung jawab bersama. Artinya, mereka menganggap bahwa mereka sendiri yang harus memutuskan apakah ingin memiliki sertifikat halal atau tidak, tanpa peduli apa yang dilakukan oleh pemilik usaha lainnya. Hal ini terungkap dari wawancara dengan beberapa pemilik usaha.

Kata Kunci: Kesadaran Halal, Persepsi, UMKM, Sertifikasi Halal

PENDAHULUAN

Islam memberikan panduan bagi perilaku manusia dalam semua aspek kehidupan, termasuk perilaku konsumsi manusia. Halal, sebagai ajaran agama Islam, telah menjadi gaya hidup bagi konsumen Muslim di seluruh dunia. Seiring dengan pertumbuhan populasi Muslim, kesadaran akan penggunaan produk halal juga meningkat. Kesadaran diartikan sebagai kemampuan untuk merasakan dan menyadari sesuatu. Kesadaran halal sendiri merujuk pada pemahaman umat Muslim tentang isu-isu terkait konsep halal, termasuk pemahaman tentang apa yang halal dan bagaimana proses produksi produk halal sesuai standar Islam. Intinya, kesadaran halal adalah pengetahuan seorang Muslim tentang konsep halal, proses halal, dan pentingnya menggunakan produk halal. (Sara et al., 2022)

Rendahnya kesadaran pelaku UMKM untuk melakukan sertifikasi halal disebabkan oleh kurangnya edukasi tentang pentingnya Jaminan Produk Halal (JPH). Pemerintah Indonesia memiliki peran penting dalam mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan sertifikasi halal guna memajukan produk halal. (Jakiyudin & Fedro, 2022)

Kehalalan suatu produk dicapai melalui berbagai langkah pemeriksaan yang dilakukan oleh auditor yang berpengalaman. Bisnis dapat mendapatkan sertifikat halal untuk suatu produk jika semua persyaratan halal dipenuhi. Bisnis kemudian dapat menggunakan sertifikat halal tersebut sebagai syarat untuk mencantumkan label halal. Label halal digunakan untuk menunjukkan kepada pelanggan bahwa produk tersebut halal. (Agus, 2017)



Gambar 1 Alur Sertifikasi Halal Reguler

Sumber: BPJPH Kemenag

Sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia menetapkan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang menetapkan kewajiban sertifikasi halal bagi produk yang diperuntukkan bagi konsumen Muslim. (M. D. Dayat et al., 2024) Dalam Peraturan Penahapan Kewajiban Bersertifikat Halal Bagi Jenis Produk, Pasal 135–140, pemerintah menetapkan bahwa produk makanan dan minuman, RPH, dan RPU yang berlangsung dari 17 Oktober 2019 hingga 17 Oktober 2024. 96% pelaku UMKM adalah usaha mikro, dan 1,2% adalah usaha kecil. Dengan 64,1 juta pelaku UMK, tugas meresertifikasi produk merek dalam waktu lima tahun jelas sulit. Mungkin inilah yang akan terjadi setelah itu menggerakkan BPJPH untuk mendapatkan sertifikasi halal secara gratis melalui program self-declare. Tingkat kesadaran akan kehalalan, kualitas, dan harga produk yang murah meningkatkan penjualan.

Kata halal berasal dari bahasa Arab yang berarti “melepaskan” dan “tidak terikat”. Secara etimologis, halal berarti diperbolehkan dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan peraturan yang melarangnya. 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)

Kehalalan suatu produk dicapai melalui berbagai langkah pemeriksaan yang dilakukan oleh auditor yang berpengalaman. Bisnis dapat mendapatkan sertifikat halal untuk suatu produk jika semua persyaratan halal dipenuhi. Bisnis kemudian

dapat menggunakan sertifikat halal tersebut sebagai syarat untuk mencantumkan label halal. Label halal digunakan untuk menunjukkan kepada pelanggan bahwa produk tersebut halal. (Riska Alifia et al., 2023)

Sertifikasi halal menunjukkan bahwa seseorang yang beragama Islam dapat mengonsumsi barang-barang, termasuk makanan, dengan cara yang sesuai dengan aturan Islam. Ini adalah faktor penting yang dapat memengaruhi keputusan yang dibuat oleh orang muslim tentang apakah produk tersebut halal atau tidak. (Maghfur, 2017)

Oleh karena itu, sertifikasi ini dapat membantu orang muslim memastikan bahwa apa yang mereka makan sesuai dengan hukum Islam. Selain itu, sertifikasi ini dapat memberikan kepercayaan kepada produsen bahwa produk yang mereka jual memenuhi standar halal. Oleh karena itu, lembaga halal dan sistem akreditasi dibuat untuk memenuhi kebutuhan ini. Organisasi ini dikenal sebagai Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Pada dasarnya, tujuan sertifikasi halal adalah untuk melindungi hak konsumen, terutama konsumen yang beragama Islam. Hal ini dilakukan untuk menentukan apakah suatu produk layak mendapatkan sertifikasi halal. Untuk kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah, sertifikat halal sangat penting. Di sisi lain, memastikan bahwa bahan baku yang digunakan untuk produk tersebut digunakan dengan benar, sehingga tidak ada penyalahgunaan bahan baku yang akan merugikan pengguna dan produk itu sendiri.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran halal di kalangan konsumen, permintaan terhadap produk-produk halal juga semakin meningkat. Hal ini memberikan peluang besar bagi UMKM, terutama UMKM kuliner untuk meningkatkan daya saing dan menjangkau pasar yang lebih luas. UMKM kuliner memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Jumlahnya yang sangat banyak menunjukkan potensi yang besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menyerap tenaga kerja.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah perusahaan dengan jumlah karyawan antara satu hingga 99 orang; angka 1 hingga 19 dianggap sebagai usaha mikro dan kecil, dan angka 20 hingga 99 dianggap sebagai usaha menengah. UMKM memainkan peran penting dalam usaha nasional, dan mereka memiliki tempat, posisi, dan peran strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan bangsa. Di Indonesia, UMKM berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Secara nasional, UMKM memberikan kontribusi terhadap 96,2% kesempatan kerja dan menjadi bagian terbesar dari seluruh jenis usaha. UMKM secara umum berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran, dan meningkatkan penerimaan devisa.

Di Jawa Timur, 90,3% usaha kecil dan menengah, 1,8% usaha menengah, dan 0,06% usaha besar. Kontribusi industri kecil dan menengah (UMKM) terhadap PDB

nasional mencapai 5,4%, lebih tinggi dari rata-rata PDB nasional, yang adalah 5,1%. Rata-rata perkembangan UMKM di Jawa Timur sebesar 54,34% per tahun dan menampung 98% tenaga kerja. Pemerintah Provinsi Jawa Timur berkomitmen untuk meningkatkan daya saing UMKM di Jawa Timur karena ada banyak UMKM. Untuk menghadapi persaingan ekonomi global, UMKM harus menghasilkan produk yang berkualitas, kompetitif, dan memiliki daya saing tinggi. (Wijati et al., n.d.)

Kabupaten Pasuruan melakukan usaha peningkatan kualitas produk dan fasilitasi legalitas bagi UMKM. Kolaborasi tersebut melibatkan Dinas Koperasi UMKM, Dinas Perindustrian, serta Satria Emas atau Pendamping UMKM/IKM yang beroperasi di Kabupaten Pasuruan. Upaya tersebut tidak hanya mengukuhkan komitmen BPJPH dalam memperluas akses UMKM terhadap pasar yang lebih luas, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan di tingkat lokal, khususnya di desa-desa (Muhammad Fahmul Iltiham & Nizar, 2020).

Kuliner menjadi salah satu bidang yang paling diminati di era modern. Oleh karena itu, banyak pelaku usaha mikro di Kabupaten Pasuruan, khususnya di Purwosari, memanfaatkan peluang ini untuk berjualan makanan, baik makanan ringan maupun jenis lainnya. Lokasi strategis dan keberadaan berbagai perguruan tinggi seperti Universitas Yudharta dan Pondok Pesantren Ngalah, menarik minat banyak mahasiswa, terutama dari luar Jawa dan luar kota, untuk melanjutkan pendidikan di Kabupaten Pasuruan. Biaya hidup yang relatif murah di daerah ini menjadi faktor pendukung. Kondisi ini memicu para pelaku usaha untuk membuka usaha di sekitar rumah penduduk, kampus, dan pondok pesantren. Faktor-faktor inilah yang menjadi alasan peneliti memilih di kecamatan Purwosari sebagai subjek penelitian.

Pelaku usaha memiliki tanggung jawab besar terhadap setiap produk yang mereka jual, baik dari segi kesehatan maupun kehalalan. Konsumen saat ini semakin peduli dan kritis, mencari tahu informasi detail tentang komposisi produk, termasuk asal bahan, keamanan bahan dan proses produksi, kandungan gizi, dan keterangan lain yang diperlukan untuk membuat keputusan pembelian yang tepat dan akurat. (Khasanah & Maghfur, 2023)

Selain kesadaran halal, kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk atau jasa. Kualitas pelayanan yang baik dapat memuaskan konsumen dan mendorong mereka untuk kembali menggunakan jasa atau produk tersebut. Sikap dan tutur kata pegawai juga menjadi faktor penting dalam kepuasan konsumen. (M. Dayat et al., 2023) Pada layanan penjualan, penjual yang langsung berinteraksi dengan konsumen memiliki peran besar dalam membangun citra positif. Penjual yang ramah, sopan, dan profesional akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Sayangnya, masih ada oknum penjual yang bertindak tidak profesional, yang berdampak negatif pada citra pasar dan menurunkan kepercayaan masyarakat. Untuk menilai kualitas

pelayanan secara komprehensif, dapat digunakan lima indikator yaitu: *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangible*. (M. Dayat et al., 2023)

Bupati Pasuruan mengungkapkan kekhawatiran tentang kurangnya kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal pada produk makanan di Kabupaten Pasuruan. Meskipun kota ini dikenal sebagai kota santri, banyak produk makanan yang tidak memiliki label halal resmi. Beberapa produk bahkan hanya menggunakan kata "halal" sebagai strategi promosi, tanpa mendapat sertifikasi yang sah. Persepsi pelaku usaha terhadap sertifikasi halal masih tergolong rendah dan rumit. Proses sertifikasi yang panjang menjadi kendala utama bagi mereka. (Maghfur, 2018)

Rendahnya minat terhadap sertifikasi halal dapat dikaitkan dengan kesadaran masyarakat, terutama para pelaku usaha, dan persepsi mereka terhadap sertifikasi halal. Jajanan, yang merupakan bagian integral dari kehidupan sehari-hari, banyak dijalankan oleh pelaku usaha mikro di Purwosari, dengan omzet maksimal Rp 1 juta berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Ketentuan ini kemudian diperbarui dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 yang bertujuan mempermudah, melindungi, dan memberdayakan koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah.

Yang menjadi objek penelitian kali ini adalah UMKM di Pasar Senggol Purwosari, Pasuruan. Pasar Senggol Purwosari, Pasuruan, menjadi salah satu pusat kuliner jajanan terbesar di wilayah tersebut. Dengan lebih dari 120 Pedagang, pasar ini menawarkan ragam kuliner bagi masyarakat luas, termasuk konsumen Muslim. Pasar ini dipenuhi dengan berbagai jenis kuliner jajanan yang diperuntukkan bagi masyarakat luas, Penelitian di Pasar Senggol Purwosari guna untuk membangun kualitas pelayanan dan mendalami sejauh mana tingkat kesadaran halal dan bagaimana persepsi pelaku umkm terhadap sertifikasi halal yang tengah gencar dijalankan pemerintah. Penelitian ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong pelaku usaha untuk memperoleh sertifikasi halal. Untuk itu diajukan judul "**Kesadaran dan Persepsi Sertifikasi Halal Pada UMKM Kuliner Di Pasar Senggol Purwosari**"

TINJAUAN LITERATUR

Kesadaran Halal

Halal (حلال, halāl, halaal) adalah istilah bahasa Arab dalam agama Islam yang berarti "diizinkan" atau "boleh". Istilah ini dalam kosakata sehari-hari lebih sering digunakan untuk merujuk kepada makanan dan minuman yang diizinkan untuk dikonsumsi menurut Islam. Halal adalah sesuatu yang mubah (diperkenankan), yang terlepas dari ikatan larangan, dan diizinkan oleh Pembuat Syari'at untuk dilakukan. (Wijayanti & Meftahudin, 2018) Menurut (Syafitri et al., 2022) Makanan (benda) menjadi haram karena beberapa faktor, termasuk penggunaan bahan-bahan terlarang seperti alkohol, babi, dan turunannya. Cara memperolehnya juga dapat menyebabkan

keharaman, misalnya jika melibatkan harta yang diperoleh dengan cara yang tidak halal atau proses pembuatannya tidak sesuai syariat

Memastikan masyarakat Muslim membeli dan mengonsumsi produk halal adalah hal yang sangat penting. Menurut Ambali dan Bakar (2013), kesadaran halal berasal dari beberapa sumber utama:

- a. Sertifikasi Halal: Sertifikasi halal berperan penting dalam membangun kesadaran masyarakat tentang pentingnya produk halal.
- b. Informasi Halal: Informasi tentang produk halal yang disebarluaskan melalui media massa, media sosial, dan kampanye halal juga membantu meningkatkan kesadaran masyarakat.
- c. Kesehatan: Masyarakat Muslim mempertimbangkan aspek kesehatan sebagai alasan utama dalam mendukung kesadaran halal. Mereka percaya bahwa produk halal lebih aman dan sehat untuk dikonsumsi.

Dalam konteks ini, kesadaran halal adalah pemahaman tentang konsep halal, proses penyembelihan yang benar, serta prioritas konsumsi makanan halal bagi umat Muslim. Dengan demikian, kesadaran halal dapat dipahami sebagai pemahaman mendalam tentang konsep halal, proses halal, dan pentingnya mengonsumsi makanan halal bagi diri sendiri, yang merupakan bagian integral dari kesadaran sosial yang lebih luas dalam konteks kehidupan bermasyarakat

Dasar Hukum Kesadaran Halal

Kesadaran halal merupakan bagian penting dari keimanan seorang muslim sebagai bukti kehalalan suatu makanan maupun produk yang akan dijual. Menurut (Putri, 2021) Fatwa ini didasarkan pada syariat Al-Quran dan Hadits seperti yang tercantum dalam Qs.Al-Baqarah ayat 172-173:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ
إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَن أَضْطَرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ
اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah dari rezeki yang baik yang Kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah, kalau kamu hanya menyembah kepada-Nya." (QS. Al-Baqarah : 172). "Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) binatang yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Tetapi barang siapa terpaksa (memakannya), bukan lantaran menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang." (QS. AlBaqarah : 173).

Persepsi

Menurut Penelitian (Al-Qubra, 2017) Kata "persepsi" berasal dari bahasa Inggris "perception". Persepsi merupakan tanggapan atau cara seseorang memandang dan mengartikan sesuatu.

Persepsi konsumen terhadap sertifikasi halal dipengaruhi oleh pengalaman, informasi, dan keyakinan mereka tentang manfaat produk halal, hal ini termasuk

bagian dari kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik dapat membangun kepercayaan dan kepuasan konsumen, sehingga dapat meningkatkan persepsi positif terhadap sertifikasi halal. Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, kualitas pelayanan mengukur seberapa puas pelanggan dengan layanan yang mereka terima. (M. Dayat & Sirodjudin, 2023)

Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan dokumen resmi yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai bukti bahwa produk tertentu memenuhi standar kehalalan menurut syariat Islam. Sertifikat ini menjadi syarat utama untuk mendapatkan label halal pada kemasan produk. Proses sertifikasi halal melibatkan tiga pihak: BPJPH, LPH, MUI. (Ridho et al., 2023)

Definisi halal sebagaimana termaktub dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist adalah segala sesuatu yang baik bagi tubuh. LPPOM MUI menggariskan syarat kehalalan suatu produk harus memenuhi ketentuan: 1) Tidak mengandung babi dan bahan-bahan dari babi 2) Tidak mengandung khamr (miras) dan produk turunannya 3) Semua bahan berasal dari hewan yang disembelih sesuai syariat Islam. Syarat produk halal menurut syariat Islam antara lain: 1) Halal zatnya, yakni halal dari hukum awalnya seperti buah 2) Halal dalam proses mendapatkannya yang sesuai syariat Islam 3) Halal dalam pemrosesannya seperti menyembelih binatang sesuai kaidah syariat Islam (membaca basmalah) 4) Halal dalam proses penyimpanan setelah diproduksi. (Sukanto et al., 2023)

UMKM

Menurut Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki beberapa definisi, yang biasanya berdasarkan aturan dan ukuran usahanya. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perorangan. (Nurani et al., 2020)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian nasional. Mereka menjadi ujung tombak pembangunan ekonomi karena mampu menyerap banyak tenaga kerja dan membantu mendistribusikan hasil pembangunan. (M. Dayat & Sukanto, 2025) Meskipun skala usahanya relatif kecil, UMKM tetap merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian nasional. (Muhsin, 2022) Selain itu, UMKM juga dianggap sebagai salah satu usaha terpenting di sektor perekonomian, terlepas dari besarnya perekonomiannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif kualifikasi studi kasus.(Musfiqo & Sukamto, 2024) Studi kasus dipilih karena penelitian ini memfokuskan pada satu lokasi spesifik, yaitu Pasar Senggol Purwosari, untuk memahami fenomena kesadaran halal dan persepsi sertifikasi halal pada kuliner tersebut.

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 ketua UMKM di pasar senggol, 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 kuliner di Pasar Senggol |
| 2. | Wawancara | Proses wawancara yang dilakukan oleh peneliti ini dilakukan langsung dengan informan yaitu Bapak Munif selaku yang mendampingi sertifikasi halal umkm kuliner dan Bapak Iwan, Bapak Ghozali, Bapak Suwarno, selaku umkm kuliner di Pasar Senggol Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan |

| | | |
|---|-------------|---|
| 3 | Dokumentasi | Berikut Dokumentasi Penelitian:  |
|---|-------------|---|

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan teknik analisis data kualitatif studi kasus (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 kesadaran halal bagi UMKM kuliner di Pasar Senggol Purwosari Kabupaten Pasuruan untuk membangun kualitas pelayanan.

Berdasarkan data penulis menganalisis realitas tentang UMKM kuliner di Pasar Senggol Purwosari. UMKM kuliner merupakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang bergerak dibidang kuliner dan mencakup berbagai jenis makanan dan minuman. Usaha UMKM kuliner merupakan mata pencaharian sebagian besar masyarakat desa sengonagung baik sebagai pekerjaan utama maupun sampingan.

Data dari hasil penelitian yang didapatkan melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti, informan menunjukkan bahwa UMKM di pasar senggol memahami pentingnya produk makanan halal. Mereka berkomitmen untuk menyediakan produk halal karena mayoritas konsumen di daerah tersebut beragama Islam. Namun, masih ada beberapa UMKM yang produknya belum bersertifikat halal. Ini menimbulkan kekhawatiran bagi pelanggan karena tidak semua pedagang dapat menjamin kehalalan produknya. Seperti pada tabel berikut ini:

Kepemilikan Sertifikasi Halal

| Nama UMKM | Jenis Jualan | Kepemilikan Sertifikasi Halal | |
|--------------|--------------------------------|-------------------------------|-------|
| | | Sudah | Belum |
| Iwan Syahrul | Nasi Bakar | | ✓ |
| Sakinah | Dimsum | ✓ | |
| Ria | Risol Mayo, Kebab Mini, Es Teh | ✓ | |
| Ghozali | Mie Ayam | ✓ | |
| Nisa' | Cireng Ayam dan Usus | | ✓ |
| Vian | Maklor, Cilok, Cincau | | ✓ |
| Suwarno | Es Buah, Cilok Pentol | ✓ | |
| Dina | Roti Kukus Thailand | | ✓ |
| Nuril | Tahu Walik, Pentol, Ceker | | ✓ |
| Dayana | Nasi Campur | ✓ | |

Sumber: Hasil Wawancara Informan Penelitian, 2024

Meskipun memiliki sertifikasi halal adalah pilihan pribadi bagi setiap UMKM, dan risiko yang terjadi menjadi tanggung jawab masing-masing, UMKM yang sudah memiliki sertifikasi halal menyadari bahwa keberadaan mereka juga terpengaruh oleh UMKM lain. Jika banyak UMKM yang tidak memiliki sertifikasi halal, dan suatu hari terjadi permasalahan, UMKM yang sudah memiliki sertifikasi halal juga bisa ikut terdampak negatif. Oleh karena itu, seharusnya UMKM memiliki kesadaran untuk memiliki sertifikasi halal, khususnya UMKM kuliner di pasar senggol purwosari. Ini merupakan bentuk kerjasama antar pelaku usaha yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

2. Pentingnya Persepsi Sertifikasi Halal Pada UMKM kuliner di Pasar Senggol Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan

UMKM kuliner semakin banyak, makanan yang cocok untuk semua kalangan dan tidak memandang usia. Dengan demikian, konsumen dituntut untuk harus waspada dan berhati-hati terhadap makanan yang dikonsumsinya apakah sudah sesuai dengan standarisasi kehalalan atau belum. Di Pasar Senggol Purwosari tidak semua UMKM kuliner sudah menerapkan label halal pada produknya. Dengan

adanya sertifikasi halal membuat pelaku usaha merasa lebih tenang dalam berwirausaha, dan bagi konsumen pun akan mendapatkan ketenangan serta mendapatkan jawaban dari kewaspadaannya terutama konsumen yang beragama Islam.

Selain itu, saat informan diberikan pertanyaan terkait apa yang UMKM ketahui terkait sertifikasi halal, rata-rata jawaban dari informan masih terbilang belum kompleks. Beberapa informan hanya mengetahui bahwa sertifikasi halal adalah sertifikat yang menunjukkan bahwa produknya halal, dan masih belum banyak mengetahui cara mengurus sertifikasi halal serta beban yang dikeluarkan untuk mendaftarkan sertifikasi halal. Kemudian ada beberapa informan yang memang sudah ada yang mengetahui secara lengkap terkait Undang-Undang Jaminan Produk Halal.

Berdasarkan Penelitian menunjukkan bahwa persepsi sertifikasi halal pada UMKM kuliner di pasar senggol purwosari umumnya sepakat bahwa sertifikasi halal itu penting. Mereka juga tidak ragu untuk makan di tempat makan yang sudah bersertifikat halal, apalagi kalau soal makanan, mereka sendiri sudah merasakan dan meyakini pentingnya sertifikasi halal, bukan hanya sebagai kewajiban, tapi juga sebagai jaminan kualitas dan kepercayaan konsumen. Mereka paham bahwa sertifikat halal itu menandakan makanan mereka bersih, aman, dan sesuai dengan aturan agama Islam. Karena itu, mereka juga lebih percaya dan nyaman untuk makan di tempat yang sudah punya sertifikat halal. Namun masih ada beberapa UMKM yang mengabaikan terkait sertifikasi halal.

Persepsi Sertifikasi Halal Pada UMKM

| Nama UMKM | Definisi Sertifikasi Halal |
|--------------|---|
| Iwan Syahrul | jaminan produk kita udah halal, sesuai aturan agama |
| Sakinah | bukti kalau produk kita udah diperiksa dan dinyatakan halal, jadi pelanggan tenang. |
| Ria | bikin produk kita lebih bernilai, pelanggan percaya, dan jualan makin laris. |
| Ghozali | proses pengecekan dari lembaga resmi, memastikan produk kita benar-bener halal. |
| Nisa' | tanda kalau produk kita udah sesuai aturan halal dari MUI, jadi aman buat dimakan. |
| Vian | jaminan buat pelanggan muslim, bahwa produk kita halal dan sesuai ajaran agama. |
| Dina | wajib hukumnya kalau produk kita masuk kategori yang harus bersertifikat halal. |
| Dayana | proses resmi dari BPJPH, ngasih kepastian kehalalan produk kita. |
| Nuril | cara memastikan produk kita halal sesuai standar, jadi pelanggan percaya. |
| Suwarno | jaminan keamanan dan kenyamanan buat pelanggan muslim, produk kita halal |

Sumber: Hasil Wawancara dengan informan 2024

Faktor-Faktor yang mungkin menyebabkan beberapa UMKM di Pasar Senggol Purwosari kurang memperhatikan atau mengabaikan sertifikasi halal, meskipun mereka mungkin mengakui manfaatnya bagi bisnis kuliner lain adalah: Kendala Finansial, Proses sertifikasi halal yang rumit, Beberapa UMKM mungkin belum sepenuhnya memahami manfaat sertifikasi halal bagi bisnis mereka sendiri, Beberapa UMKM mungkin memiliki keyakinan kuat bahwa produk mereka sudah halal tanpa perlu sertifikasi formal, Beberapa UMKM mungkin telah menemukan strategi pemasaran alternatif yang efektif tanpa mengandalkan sertifikasi halal.

Adapun Lembaga Sertifikasi Halal yang mendorong UMKM kuliner khususnya Kabupaten Pasuruan, guna mendukung kesadaran halal yang diwujudkan dalam sertifikasi halal yaitu Rumah Dakwah Halal Pasuruan. Pelaku UMKM akan mendapatkan pendampingan secara cuma-cuma dalam proses sertifikasi halal. UMKM yang memenuhi kriteria usaha dan produk sebagaimana diatur dalam ketentuan BPJPH, akan mendapatkan fasilitas sertifikasi halal.



Gambar 2: Wawancara dengan Pendamping Sertifikasi Halal

KESIMPULAN

Dari rangkaian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Kesadaran halal artinya seseorang memahami tentang apa itu halal, dan bagaimana hal itu diterapkan dalam kehidupan mereka. Dari wawancara dengan UMKM di Pasar Senggol Purwosari,

terlihat bahwa mereka cukup memahami konsep makanan halal. Mereka dapat menjelaskan dengan baik tentang apa itu makanan halal.

Namun, walaupun mereka mengerti konsepnya, ternyata mereka belum sepenuhnya menerapkan sertifikasi halal dalam usaha mereka. Mereka belum menyadari sepenuhnya pentingnya sertifikat halal untuk meningkatkan peluang bisnis mereka. Padahal, dengan label halal, mereka bisa menjangkau lebih banyak konsumen dan membangun kepercayaan pelanggan. Jadi, meskipun pengetahuan mereka tentang makanan halal sudah cukup baik, kesadaran mereka dalam mengimplementasikan label halal di bisnis mereka masih rendah.

Di Indonesia, sertifikat halal merupakan kewajiban bagi semua pemilik usaha, seperti yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Namun, penelitian di Pasar Senggol menunjukkan bahwa beberapa UMKM yang belum memiliki sertifikat halal. Mereka menyadari manfaat dari sertifikat halal, tetapi merasa prosesnya rumit, membutuhkan biaya yang tinggi, waktu yang lama, dan informasi yang kurang memadai. Meskipun mereka memiliki persepsi positif tentang sertifikat halal, pengetahuan mereka tentang peraturan dan kewajiban sertifikasi halal masih kurang.

Ada beberapa faktor yang mendorong kesadaran halal di kalangan UMKM. Salah satunya adalah edukasi dan sosialisasi dari lembaga terkait yang membantu masyarakat dan UMKM memahami pentingnya produk halal. Selain itu, motivasi keagamaan juga berperan penting. Semakin taat seseorang pada agamanya, maka semakin besar kesadarannya tentang pentingnya produk halal. Terkadang, pertanyaan dari konsumen tentang kehalalan produk juga menjadi faktor pendorong bagi pemilik usaha untuk meningkatkan kesadaran halal mereka.

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>
- Al-Qubra, Z. (2017). Persepsi Pemilik Warung Terhadap Sertifikasi Halal Di Kota Parepare. *Repository IAIN Parepare*, 166 pages.
- Dayat, M. D., Imam, I. M., & Fulgentius, F. D. M. (2024). Peran Teknologi Informasi dalam Mendorong Internasionalisasi UMKM. *Journal of Economic, Management and Entrepreneurship*, 2(2), 86–91. <https://doi.org/10.61502/jemes.v2i2.99>
- Dayat, M., Sudarmiati, & Hermawan, A. (2023). Comparative Design Strategi Peningkatan Daya Saing Kluster Usaha Kecil Dan Menengah Pengolahan Kopi. *Jurnal Al-Murabbi*, 8(1), 1–13. <https://doi.org/10.35891/amb.v8i1.3559>
- Dayat, M., & Sukanto, S. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Tata Kelola Terpadu Pasar Rakyat Terintegrasi Pesantren Ngalah Purwosari, Pasuruan. *Humanist Journal*, 3(1), 24–30. <https://doi.org/10.59689/1cjk612>

- Jakiyudin, A. H., & Fedro, A. (2022). Sehati: Peluang Dan Tantangan Pemberian Sertifikasi Halal Gratis Bagi Pelaku Umk Di Indonesia. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 182. <https://doi.org/10.24235/jm.v7i2.10666>
- Khasanah, U., & Maghfur, I. (2023). Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen di Duta Swalayan Pondok Pesantren Ngalah Purwosari Pasuruan. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 1(3), 238–243. <https://doi.org/10.31004/ijmst.v1i3.189>
- M. Dayat, & Sirodjudin, M. (2023). Analisa Kepuasan Pelayanan UMKM Jasa Internet dalam Perspektif Profil Konsumen. *Journal of Economic, Management and Entrepreneurship*, 1(3), 111–118.
- M. Dayat, Sudarmiatiin Sudarmiatiin, Budi Eko Soetjipto, & Cipto Wardoyo. (2023). Systematic Literature Review: “Service Innovation And Customer Experience.” *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(2), 66–83. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i2.1383>
- Maghfur, I. (2017). Manajemen Islam: Ruang Lingkup, Kajian dan Perkembangan Ilmu Manajemen Islam di Indonesia. *MALIA: Jurnal Ekonmni Islam*, 9(1), 1–16.
- Maghfur, I. (2018). PERAN AKHLAK SYARIAH DALAM EKONOMI BISNIS GLOBAL (Perspektif Al-Qur’an dan Al-Hadist). *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 259–280.
- Muhammad Fahmul Iltiham, & Nizar, M. (2020). Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian. *Malia (Terakreditasi)*, 11(2), 311–326. <https://doi.org/10.35891/ml.v11i2.2149>
- Muhsin, S. (2022). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Ekonomi Islam Syamsiah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 72.
- Musfiqo, S., & Sukamto. (2024). Metodologi Penelitian Ekonomi Syariah. In *Penerbit Literasi Nusantara* (Vol. 7, Issue 2).
- Nurani, N., Nursjanti, F., & Munawar, F. (2020). Penyuluhan Sertifikasi Halal Bagi UMKM Jawa Barat Pada Situasi Pandemi Covid-19. *Madaniya*, 1(3), 126–139. <https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/24>
- Putri, S. D. (2021). Analisis Deskriptif Hadis tentang Halal Food. *Jurnal Riset Agama*, 1(2), 285–295. <https://doi.org/10.15575/jra.v1i2.14567>
- Ridho, M., Maulana, A. A., Herliyani, R., Palah, N. N., & Marlina, L. (2023). Persepsi UMKM Produk Olahan Ayam Tentang Sertifikasi Halal. *Likuid Jurnal Ekonomi*

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Vol 7 No 7 (2025) 2323 – 2337 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v7i7.7831

Industri Halal, 3(2), 44–55. <https://doi.org/10.15575/likuid.v3i2.25923>

Riska Alifia, D., Aslikha, A., Dayat, M., & Sukamto, S. (2023). Implementation of Halal Product Assurance Through Halal Certification as Service Quality in Food and Beverage Products. *Jihbiz: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 124–137. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v7i2.2817>

Sara, S. K., Ahmad, R. M., & Arkiang, F. (2022). Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 21–37. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v4i1.820>

Sukamto, Farida, A., Iltiham, M. F., & Solichah, M. (2023). POTENSI PENGEMBANGAN WISATA HALAL DALAM MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT (Studi Objek: Wisata Halal Kebun Kurma Desa Karanglo Sukorejo Pasuruan). *Journal of Economics and Islamic Business*, 3(2), 82–88.

Syafitri, M. N., Salsabila, R., & Latifah, F. N. (2022). Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 16–42. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.305>

Wijayanti, R., & Meftahudin, M. (2018). Kaidah Fiqh dan Ushul Fiqh Tentang Produk Halal, Metode Istinbath dan Ijtihad dalam Menetapkan Hukum Produk Halal. *International Journal Ihya' 'Ulum Al-Din*, 20(2), 241–268. <https://doi.org/10.21580/ihya.20.2.4048>

Wijiati, W., Mukhsinin, M., Maghfur, I., & Dayat, M. (n.d.). *Implementasi Etika Bisnis dan Manajemen Bisnis Islam di Konveksi Duta Collection 's Yayasan Darut Taqwa Sengonagung Implementation of Business Ethics and Islamic Business Management at Duta Collection 's Convention Darut Taqwa Foundation Sengonagung Pen.* 149–164.