

DINAMIKA DAN TANTANGAN SERTIFIKASI HALAL PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN SUMENEP

M. Arif Romadhoni^{1*}, Lailatul Qadariyah², Sarkawi³

Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

*Corresponding Author: arifromadhoni247@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan memahami dinamika dan tantangan UMKM di Kabupaten Sumenep dalam memperoleh sertifikasi halal. Menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, penelitian menganalisis data dengan tahapan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses sertifikasi halal tidak hanya dipengaruhi aspek regulatif, tetapi juga faktor sosial dan keagamaan. Pendamping halal serta tokoh agama seperti kiai dan ustaz berperan penting dalam meningkatkan kesadaran pelaku usaha. Namun, setelah memperoleh sertifikat, UMKM masih menghadapi kendala seperti minimnya pendampingan lanjutan, rendahnya literasi halal masyarakat, serta terbatasnya jejaring dan strategi pemasaran. Kondisi ini membuat sertifikasi halal belum optimal dalam meningkatkan daya saing ekonomi UMKM. Penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas program sertifikasi halal bergantung pada regulasi yang kuat serta kemampuan pemerintah dan lembaga terkait dalam memperkuat kapasitas pelaku usaha.

Kata Kunci: Sertifikasi Halal, UMKM, Sumenep

ABSTRACT

This study aims to understand the dynamics and challenges of UMKMs in Sumenep Regency in obtaining halal certification. Using descriptive qualitative methods through interviews, observations, and documentation, the research analyzes data with the stages of reduction, presentation, and conclusion drawing. The results showed that the halal certification process was not only influenced by regulative aspects, but also social and religious factors. Halal assistants and religious leaders such as kiai and ustaz play an important role in increasing the awareness of business actors. However, after obtaining a certificate, UMKMs still face obstacles such as the lack of further assistance, low public halal literacy, and limited networking and marketing strategies. This condition makes halal certification not optimal in increasing the economic competitiveness of UMKMs. This study confirms that the effectiveness of the halal certification program depends on strong regulations and the ability of the government and related institutions to strengthen the capacity of business actors.

Keywords: Halal Certification, UMKM, Sumenep

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pengisi roda perekonomian terbesar di negara Indonesia (Junaidi, 2024). Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja, tetapi juga menjadi salah satu pilar penting yang dapat mendukung kesejahteraan masyarakat di seluruh Indonesia, termasuk masyarakat di Kabupaten Sumenep, Madura (Chairani, Zasmin, Raisuli, & Rosidi, 2025). Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bahkan menjadi fokus utama dalam pengembangan ekonomi di wilayah tersebut.

Data yang dihimpun pada akhir tahun 2024 menunjukkan bahwa sebanyak 282.071 pengusaha UMKM aktif di berbagai bidang. Jangkauannya luas, mulai dari sektor pangan seperti di bidang makanan dan minuman hingga sektor papan seperti di bidang reparasi mobil dan pembangunan properti (Madura, 2024). Hal ini menunjukkan adanya peran penting yang diambil UMKM dalam pembangunan ekonomi di daerah Madura terkhusus pada Kabupaten Sumenep.

Sebagai daerah dengan mayoritas penduduk muslim yang memiliki tingkat religiusitas tinggi, Madura memiliki kebutuhan yang komplet terhadap produk halal terlebih dalam sektor pangan, yang mana kehalalan dari produk tersebut dapat menjadi faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal (UU JPH) telah mewajibkan setiap produk yang beredar di Indonesia memiliki sertifikasi halal (Indonesia, 2014). Kebijakan ini pada dasarnya dirancang untuk memberikan perlindungan bagi konsumen muslim yang merupakan mayoritas penduduk Indonesia, sekaligus memperkuat daya saing pelaku usaha, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), baik di ranah domestik maupun dalam persaingan global (Perwira, Liasaroh, Sholichah, Zuria, & Zakiyah, 2025). Termasuk sertifikasi halal juga menjadi salah satu strategi, yang mana suatu strategi matang menjadikan suatu usaha dapat berkembang (Bariki & Marotina, 2024). Namun demikian, ketika ketentuan tersebut diimplementasikan, muncul berbagai dinamika baru yang tidak sederhana.

Di satu sisi, UMKM diharapkan memperoleh legitimasi dan nilai tambah melalui sertifikasi halal, namun di sisi lain mereka terutama yang berada di wilayah dengan karakteristik sosial budaya khas seperti Madura menghadapi beragam kendala, mulai dari keterbatasan pengetahuan administratif, tingginya biaya sertifikasi, hingga kesulitan beradaptasi dengan prosedur regulatif yang ketat (R. T. P. Ningrum, 2022). Dilema ini semakin nyata karena sebagian besar produk UMKM di Madura sejatinya secara tradisional sudah memenuhi standar halal baik dari aspek bahan baku maupun proses produksinya, tetapi untuk memperoleh pengakuan formal dalam bentuk sertifikat halal, pelaku usaha tetap diwajibkan menempuh serangkaian prosedur administratif yang membutuhkan waktu, pemahaman regulasi yang tidak sederhana hingga biaya (Himmah, Qadariyah, & Sarkawi, 2024).

Kondisi di atas menimbulkan beragam pandangan, bagi sebagian kalangan sertifikasi halal dipandang sebagai peluang strategis untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing; namun bagi UMKM kecil yang memiliki keterbatasan modal, akses informasi, serta

pendampingan kelembagaan, kewajiban ini justru dirasa dapat menjadi beban baru yang dapat menghambat perkembangan usaha mereka (Khairawati, Murtiyani, Wijiharta, Yusanto, & Murtadlo, 2025). Kondisi ini menempatkan UMKM pada sebuah dilema antara kebutuhan untuk memperoleh legitimasi halal secara formal dengan keterbatasan kapasitas mereka dalam memenuhi tuntutan regulasi. Dinamika ini diperparah dengan masih rendahnya literasi halal, minimnya sosialisasi dari pihak terkait, serta persepsi bahwa sertifikasi halal lebih mudah diakses oleh pelaku usaha besar dibandingkan UMKM kecil.

Penelitian ini hadir untuk mengisi dua ruang penting dalam kajian industri halal di tingkat mikro, khususnya pada wilayah dengan karakter sosial-keagamaan yang kuat seperti Kabupaten Sumenep. Penelitian ini berfokus pada analisis dinamika sosial, keagamaan, dan regulatif yang membentuk proses sertifikasi halal pada UMKM, sekaligus mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi pelaku usaha setelah memperoleh sertifikasi tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemetaan yang lebih komprehensif mengenai dilema sertifikasi halal pada UMKM.

Lebih jauh, semoga hasil penelitian ini relevan untuk memahami tantangan yang dihadapi UMKM dalam proses sertifikasi, serta menjadikan hasil temuan sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah, lembaga pendamping, dan pemangku kepentingan lainnya agar kebijakan sertifikasi halal dapat diterapkan secara lebih merata, proporsional, dan tetap berpihak pada keberlangsungan serta kepentingan UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam fenomena sosial terkait dinamika dan tantangan sertifikasi halal pada UMKM di Kabupaten Sumenep. Pendekatan ini digunakan untuk memahami makna di balik pengalaman yang dialami oleh para pelaku usaha, serta menelusuri bagaimana kondisi sosial-keagamaan masyarakat setempat berinteraksi dengan kebijakan dan regulasi sertifikasi halal yang berlaku (Sugiyono, 2013), (Fadli, 2021).

Data penelitian diperoleh dari dua sumber utama, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi langsung di lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti literatur ilmiah, dokumen resmi, laporan lembaga, serta arsip lain yang relevan guna memperkuat hasil analisis. Penelitian ini menggunakan tiga teknik analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif terhadap temuan penelitian. Pemilihan informan dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan relevansi dan keterlibatan mereka dalam proses sertifikasi halal, yang terbagi menjadi tiga kelompok: informan inti yang terdiri atas pendamping halal dari Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), informan utama yang meliputi pelaku usaha UMKM yang terlibat langsung dalam proses sertifikasi, dan informan pendukung yang terdiri dari konsumen yang secara rutin mengonsumsi produk-produk UMKM tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal adalah bentuk pengesahan resmi yang diberikan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai bukti bahwa suatu produk telah memenuhi ketentuan kehalalan sesuai syariat Islam, berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dalam perkembangannya, sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai legitimasi syariah, tetapi menjadi instrumen penting dalam perlindungan konsumen, peningkatan daya saing produk, serta pemenuhan regulasi yang berlaku (Wafiq, Nahidloh, Fajar, & Kurniawan, 2024). Sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, sertifikasi halal telah mengalami transformasi kelembagaan, di mana BPJPH berperan sebagai lembaga penerbit, Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) sebagai pihak pemeriksa, dan MUI sebagai pemberi fatwa, sehingga proses sertifikasi berjalan lebih sistematis, transparan, dan terintegrasi dalam mendukung ekosistem halal nasional maupun global (Faridah, 2019)

Dalam perspektif hukum Islam, sertifikasi halal berfungsi sebagai manifestasi prinsip *hifz al-din* dan *hifz al-nafs* dalam maqasid syariah, yakni menjaga agama dan melindungi jiwa, dengan memastikan bahwa umat Islam hanya mengonsumsi produk yang sesuai dengan ketentuan syariat (Mustatho & Ruslan, 2024). Dengan demikian, sertifikasi halal dalam perspektif hukum Islam menjadi instrumen penting dalam mewujudkan maqasid syariah, khususnya menjaga agama (*hifz al-din*) dan melindungi jiwa (*hifz al-nafs*), sehingga kehadirannya menjadi jaminan spiritual sekaligus proteksi kesehatan dan keselamatan konsumen Muslim.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Definisi Usaha Mikro diberikan oleh Pasal 1 Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Usaha ini didefinisikan sebagai usaha produktif yang dijalankan oleh individu atau badan usaha perorangan, dengan syarat telah memenuhi kriteria Usaha Mikro yang ditetapkan oleh regulasi tersebut. Kriteria lengkap UMKM sendiri, diatur lebih lanjut dalam Pasal 6 (Indonesia, 2008):

1) Usaha Mikro

- a. Kekayaan bersihnya mencapai maksimal Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah); atau
- b. Hasil penjualan tahunan yang dicatat paling tinggi sebesar Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2) Usaha Kecil

- a. Kekayaan bersih di atas Rp50.000.000,00 hingga paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah); atau
- b. Hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 hingga maksimal Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

3) Usaha Menengah

- a. Kekayaan bersihnya di atas Rp500.000.000,00 hingga paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah); atau
- b. Hasil penjualan tahunan melebihi Rp2.500.000.000,00 hingga maksimal Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

UMKM Halal

UMKM halal didefinisikan sebagai unit usaha mikro, kecil, dan menengah yang keseluruhan proses produksinya, mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, distribusi, pengemasan, hingga penyajian produk, senantiasa menerapkan prinsip-prinsip kehalalan sesuai ketentuan syariat Islam dan regulasi nasional (Hariani & Sutrisno, 2023). Kehadiran UMKM halal tidak hanya berfungsi sebagai instrumen ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk perlindungan konsumen dengan memberikan kepastian hukum dan keyakinan religius bahwa produk yang dihasilkan bebas dari unsur haram maupun najis (Mustatho & Ruslan, 2024). Berbeda dengan UMKM pada umumnya yang kurang memperhatikan standar halal secara konsisten, UMKM halal hadir sebagai gambaran tanggung jawab produsen terhadap kualitas dan integritas produk. Lebih jauh, UMKM halal memiliki peran strategis dalam memperkuat ekosistem halal nasional sekaligus meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global (Perwira et al., 2025)

Kondisi Sosial dan Keagamaan Kabupaten Sumenep

Kabupaten Sumenep merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur, yang memiliki sejarah panjang sejak masa kejayaan Kerajaan Sumenep. Mengenai Kondisi tentang Sumenep akan dibagi menjadi dua aspek penting yakni:

1) Aspek Sosial

Masyarakat Kabupaten Sumenep memiliki struktur sosial yang khas, di mana pola kehidupan sehari-hari masih sangat dipengaruhi oleh tradisi Madura dan nilai-nilai keagamaan. Indeks Kesalehan Sosial (IKS) Kabupaten Sumenep misalnya menunjukkan bahwa aspek stabilitas sosial, solidaritas sosial, dan gotong royong mendapatkan skor yang tinggi. Hasil studi oleh (Wahyuningrum, Mubarak, & Alhumaidy, 2022) mengungkapkan bahwa Indeks Kesalehan Sosial total di Sumenep mencapai 82,30. Nilai ini didukung oleh komponen stabilitas sosial sebesar 84,12, solidaritas sosial sebesar 75,97, dan gotong royong yang menempati posisi tertinggi dengan angka 86,81. Data ini menunjukkan bahwa meskipun ada tantangan, aspek sosial kemasyarakatan di Sumenep relatif kuat.

Di sisi lain, kondisi sosial-ekonomi masyarakat, terutama kelompok petani garam, menggambarkan adanya marginalisasi meskipun potensi alamnya besar. Penelitian (Cholil, Fadli, Huda, & Huda, 2021) menjelaskan bahwa petambak garam di Desa Pinggirpapas dan Desa Gresik Putih menghadapi kendala seperti siklus cuaca yang tidak menentu, minimnya modal, serta mutu produk yang tidak seragam. Faktor-kultur kewirausahaan yang rendah dan daya saing SDM yang belum optimal juga menjadi persoalan utama.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kondisi sosial masyarakat Sumenep memiliki dua wajah yang saling melengkapi. Di satu sisi, kekuatan sosial seperti stabilitas, solidaritas, dan gotong royong menunjukkan bahwa masyarakat memiliki ikatan sosial yang kokoh dan berakar pada tradisi serta nilai keagamaan. Namun, di sisi lain, tantangan pada sektor sosial-ekonomi, khususnya yang dialami oleh petani garam, memperlihatkan adanya kerentanan struktural akibat faktor alam, keterbatasan modal, dan rendahnya daya saing SDM. Dengan demikian, potret sosial masyarakat Sumenep mencerminkan kombinasi antara kekuatan nilai sosial-budaya yang masih terjaga dengan tantangan ekonomi yang membutuhkan perhatian serius untuk mendukung kesejahteraan masyarakat secara lebih merata.

2) Aspek Keagamaan

Dari segi keagamaan, masyarakat Sumenep memperlihatkan corak religiusitas yang kuat dan berpadu dengan tradisi lokal. Praktik ritual keagamaan tidak hanya berfungsi sebagai sarana ibadah, tetapi juga menjadi perekat sosial yang menghubungkan antarindividu dalam komunitas. Sebagaimana dibahas dalam artikel (Mulyadi, 2012) sistem kalender ritual digunakan untuk mengatur berbagai aktivitas penting dalam kehidupan masyarakat, seperti pernikahan, khitan, pembangunan rumah atau masjid, hingga peringatan wafatnya seorang kiai. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi keagamaan di Sumenep tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sosial dan budaya masyarakat sehari-hari.

Lebih jauh, kondisi keagamaan masyarakat Sumenep ditandai oleh dominannya tradisi Islam ala *Ahlussunnah wal Jamaah (Aswaja)*, yang banyak dipengaruhi oleh peran kiai dan pesantren. Kiai dipandang tidak hanya sebagai pemimpin spiritual, tetapi juga sebagai figur sosial yang memiliki otoritas dalam pengambilan keputusan, baik dalam lingkup keluarga, komunitas, maupun kebijakan lokal. Pesantren berfungsi ganda sebagai pusat pendidikan agama sekaligus pusat transformasi sosial, tempat masyarakat memperoleh arahan moral serta nilai-nilai kehidupan yang berakar pada syariat Islam dan tradisi Madura (Arif, 2023).

Selain itu, tradisi keagamaan masyarakat Sumenep juga memperlihatkan adanya integrasi antara nilai religius dengan kearifan lokal. Upacara-upacara keagamaan yang menyatu dengan budaya Madura, seperti selamatan, haul kiai, hingga tradisi rokat tasek (ritual laut), menunjukkan bahwa ekspresi keagamaan masyarakat tidak bersifat monolitik, tetapi dinamis sesuai dengan kebutuhan sosial. Praktik-praktik ini menegaskan bahwa kehidupan beragama masyarakat Sumenep tidak hanya berorientasi pada ritual formal, melainkan juga mengandung dimensi sosial, yakni memperkuat solidaritas, menjaga harmoni, dan mempertegas identitas kolektif sebagai komunitas religius (Arif, 2023).

Dengan demikian, kondisi keagamaan masyarakat Sumenep dapat dipahami sebagai bentuk religiusitas yang berpadu dengan tradisi sosial-budaya lokal. Kentalnya peran kiai, pesantren, dan ritual keagamaan yang terintegrasi dengan budaya setempat menjadikan kehidupan beragama masyarakat tidak hanya sebagai ekspresi spiritual, tetapi juga sebagai fondasi utama dalam membangun kohesi sosial serta menghadapi dinamika perubahan zaman.

Dinamika Sosial, Keagamaan dan Regulasi dalam Proses Sertifikasi Halal pada UMKM di Kabupaten Sumenep

Sebelum pembahasan disajikan, perlu dijelaskan bahwa data penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku usaha serta pihak terkait sertifikasi halal di Kabupaten Sumenep. Adapun untuk jumlah masing-masing informan dalam penelitian ini terdiri atas 2 informan kunci, 6 informan utama, dan 5 informan pendukung. Untuk menjaga kerahasiaan identitas informan, digunakan sistem pengkodean: F (Informan Kunci) bagi pendamping halal, U (Informan Utama) bagi pelaku UMKM, dan P (Informan Pendukung) bagi konsumen produk UMKM. Setiap kutipan dan temuan lapangan dalam pembahasan mengacu pada kode tersebut tanpa menyebutkan identitas personal informan. Sepertihalnya keterangan yang ada di tabel berikut:

Jenis Informan	Kategori Informan	Kode yang Tertera
Informan Kunci	Pendamping Halal LPH	F1, F2
Informan Utama	Pelaku Usaha UMKM	U1, U2, U3, U4, U5, U6
Informan Pendukung	Konsumen	P1, P2, P3, P4, P5

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses sertifikasi halal pada UMKM di Kabupaten Sumenep tidak semata-mata merupakan persoalan administratif, melainkan juga merupakan hasil interaksi yang kompleks antara faktor sosial, keagamaan, dan regulatif. Pada aspek sosial, sebagian pelaku UMKM awalnya menunjukkan sikap ragu terhadap kebijakan sertifikasi halal karena dianggap rumit, memerlukan waktu, serta berpotensi menambah beban biaya. Namun, keberadaan pendamping halal terbukti berperan besar dalam menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap program ini. Sebagaimana disampaikan oleh F1, *"Sertifikasi halal ini awalnya kurang diterima, akan tetapi dengan kegigihan para pendamping halal yang menjelaskan secara seksama, akhirnya dapat diterima oleh para pelaku usaha."* Hal ini menunjukkan bahwa pendamping tidak hanya berperan dalam aspek administratif, tetapi juga melakukan pendekatan persuasif dengan menekankan manfaat religius sekaligus nilai ekonomi dari sertifikasi halal bagi pelaku usaha.

Dalam konteks keagamaan, peran tokoh agama di Sumenep menjadi elemen penting dalam membentuk penerimaan masyarakat terhadap sertifikasi halal. Sebagian besar pelaku usaha seperti U1 dan U2 mengaku terdorong mengurus sertifikat setelah mendapat motivasi dari ustazah atau kiai yang mereka hormati. Mereka mengatakan bahwa *"Mungkin awalnya saya diajak oleh seorang ustazah yang juga jadi pendamping halal. Soalnya di sini kiai atau ustaz itu sangat dihormati dan diikuti. Jadi waktu beliau menjelaskan manfaatnya, saya jadi ingin juga punya sertifikat halal, biar ke depannya usaha saya lebih baik"*. Fenomena ini menunjukkan bahwa kesadaran pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal di Indonesia umumnya tumbuh melalui otoritas moral keagamaan dan jaringan sosial pesantren. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Molasy et al., 2023) dan (Khairawati et al., 2025) yang

menyebut bahwa kiai dan pesantren memiliki peran strategis dalam membangun kesadaran halal di kalangan pelaku usaha kecil, karena kepercayaan masyarakat Madura terhadap figur keagamaan lebih kuat dibandingkan terhadap otoritas formal pemerintah. Dengan demikian, proses sertifikasi halal tidak hanya digerakkan oleh regulasi negara, tetapi juga oleh legitimasi sosial-keagamaan yang terbentuk melalui budaya pesantren dan otoritas kiai sebagai agen kepercayaan masyarakat.

Dari sisi regulasi, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) berperan sebagai dasar hukum yang mewajibkan setiap pelaku usaha memiliki sertifikasi halal. Pemerintah melalui BPJPH dan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) telah berupaya mempermudah proses tersebut dengan menyediakan program sertifikasi halal gratis yang difasilitasi oleh para pendamping. Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak semua pelaku usaha dapat memanfaatkan kemudahan ini secara optimal. Pada beberapa kasus, pelaku usaha masih mengalami kesulitan dalam mengurus administrasi secara daring, terutama saat menggunakan sistem digital seperti *SIHALAL* untuk pendaftaran dan pengunggahan dokumen. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kebijakan sertifikasi halal belum sepenuhnya mempertimbangkan kesenjangan literasi digital dan kemampuan administratif pelaku UMKM di daerah. Temuan ini memperkuat pandangan (Lestari, 2025) bahwa efektivitas kebijakan sertifikasi halal sangat bergantung pada kesiapan teknologi, literasi administrasi, dan dukungan kelembagaan lokal yang memadai.

Selain itu, dinamika sosial di Sumenep juga memperlihatkan adanya perbedaan cara pandang antara pelaku usaha dan konsumen terhadap pentingnya sertifikasi halal. Sebagian pelaku usaha menilai sertifikat halal penting sebagai bentuk tanggung jawab dan peningkatan kredibilitas usaha. Namun, sebagian konsumen masih beranggapan bahwa produk buatan masyarakat Muslim secara otomatis halal tanpa memerlukan sertifikat resmi. Hal ini terlihat dari wawancara dengan P3 dan P4 yang menyatakan, "*kalau yang buat orang Islam, ya pasti halal.*" Sikap ini menunjukkan bahwa dalam konteks masyarakat Sumenep, masih kuat konsep "kehalalan kultural", di mana kehalalan dipahami secara sosial dan religius melalui identitas pembuatnya, bukan melalui verifikasi administratif (H. M. Ningrum, 2023) (Fikri & Mufidah, 2025).

Sebaliknya, konsumen dengan tingkat pendidikan tinggi seperti P1 dan P2 menunjukkan pandangan yang lebih kritis terhadap pentingnya sertifikasi halal. Mereka menilai sertifikat halal bukan hanya sebagai formalitas, melainkan sebagai bukti transparansi dan tanggung jawab produsen terhadap konsumen. Pandangan ini sejalan dengan temuan (Azizah, Alkhaezuri, & Hasanah, 2024) dan (Khairawati et al., 2025) yang menunjukkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap cara masyarakat memahami makna kehalalan, di mana individu berpendidikan tinggi cenderung mengaitkan sertifikasi halal dengan profesionalitas, kredibilitas, dan keamanan konsumsi.

Dengan demikian, sertifikasi halal pada UMKM di Kabupaten Sumenep tidak hanya didasari oleh aturan pemerintah saja, tetapi juga ada faktor sosial dan keagamaan yang kuat di masyarakat. Pendamping halal, Kiai dan Ustaz memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan serta mendorong pelaku usaha untuk mengurus sertifikasi halal. Disamping itu

pelaku usaha meskipun pemerintah sudah memberikan kemudahan melalui program sertifikat gratis, sebagian pelaku usaha masih mengalami kendala dalam proses administrasinya, terutama pada saat penggunaan sistem digitalnya. Sedangkan di sisi lain, masyarakat juga memiliki pandangan yang berbeda terhadap pentingnya sertifikasi halal, sebagian masih mempercayai pada pelaku usaha muslim meskipun tidak dibekali dengan sertifikat halal, yang lain terutama yang memiliki background pendidikan tinggi memandang bahwa sertifikat halal menjadi salah satu bukti tanggung jawab pelaku usaha pada konsumen dan menjadi salahsatu bukti kepercayaan yang dimiliki pelaku usaha.

Tantangan yang Dihadapi UMKM di Kabupaten Sumenep Pasca Sertifikasi Halal

Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa dari perspektif sosial-ekonomi, tantangan utama yang dihadapi UMKM pasca-sertifikasi halal di Kabupaten Sumenep terletak pada minimnya dukungan kelembagaan dan pendampingan berkelanjutan. Banyak pelaku usaha merasa bahwa setelah sertifikat diterbitkan, mereka tidak lagi memperoleh bimbingan, pelatihan pemasaran, ataupun fasilitasi pengembangan produk dari instansi terkait. Sesuai perkataan F1 dan F2 *"Sebagian besar pelaku usaha berharap bahwa setelah memperoleh sertifikat halal, mereka akan mendapatkan imbal balik berupa pelatihan atau kesempatan untuk berpartisipasi dalam pameran produk halal. Namun hingga saat ini, hal tersebut belum terlihat realisasinya. Mungkin ke depannya program seperti itu dapat direncanakan"*. Hal ini menandakan bahwa memang pelaku usaha membutuhkan arahan untuk memanfaatkan sertifikat halal sebagai instrumen branding dan perluasan pasar. Kondisi ini sejalan dengan temuan (Irvan et al., 2024) dalam *Nusantara Conference on Community Engagement*, yang menegaskan bahwa keberhasilan sertifikasi halal tidak cukup hanya diukur dari perolehan pengakuan legal, tetapi juga ditentukan oleh pendampingan berkelanjutan, pelatihan desain kemasan, dan strategi pemasaran yang tepat agar sertifikat halal benar-benar berdampak pada peningkatan kredibilitas dan daya saing produk. Dengan demikian, sertifikat halal seharusnya tidak berhenti sebagai simbol administratif, tetapi menjadi bagian dari proses pemberdayaan UMKM yang berkelanjutan melalui penguatan kapasitas dan dukungan institusional yang konsisten.

Dari sisi kebijakan publik, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya sinergi kelembagaan antara BPJPH, Kementerian Agama, pemerintah daerah, dan lembaga pendamping seperti LP3H dalam membangun ekosistem halal yang berkelanjutan. Program sertifikasi halal gratis yang difasilitasi oleh pendamping halal memang efektif dalam memperluas partisipasi UMKM, namun efektivitasnya sangat bergantung pada kesinambungan koordinasi antar lembaga tersebut. Tanpa dukungan lanjutan seperti pelatihan pemasaran, pelibatan dalam pameran produk halal, dan peningkatan kualitas produksi, sertifikasi halal berisiko menjadi sekadar formalitas administratif. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Muthoharoh, 2025) yang menunjukkan bahwa keberhasilan sertifikasi halal di tingkat daerah tidak hanya ditentukan oleh regulasi, tetapi juga oleh kolaborasi antar lembaga dan pendekatan edukatif yang kontekstual, sehingga mampu membentuk budaya sadar halal dan memperkuat daya saing UMKM secara berkelanjutan.

Selain tantangan kelembagaan, pelaku UMKM juga menghadapi persoalan pada sisi pasar. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar pelaku usaha mengakui bahwa sertifikasi halal memberikan kebanggaan moral serta meningkatkan citra usaha di mata konsumen. Namun, dari sisi ekonomi, dampaknya terhadap peningkatan penjualan belum dirasakan secara merata. Beberapa pelaku usaha seperti U1, U2, dan U6 menuturkan bahwa penjualan produk mereka tidak mengalami perubahan signifikan karena sebagian besar konsumen "*tidak terlalu memperhatikan logo halal*". Fenomena ini menggambarkan adanya "*Halal Awareness Gap*", yaitu kesenjangan antara status sertifikasi halal dengan tingkat kesadaran konsumen terhadap makna dan pentingnya label halal. Konsep ini dijelaskan oleh (Laili & Fajar, 2022) dalam penelitiannya di Kabupaten Bangkalan yang menemukan bahwa rendahnya literasi halal masyarakat menyebabkan sertifikasi belum sepenuhnya berdampak pada peningkatan nilai ekonomi produk. Dalam konteks Sumenep, kondisi serupa juga terjadi, dimana pelaku usaha telah mematuhi regulasi dan memperoleh legitimasi halal secara formal, namun belum diimbangi dengan perubahan signifikan dalam perilaku konsumsi masyarakat. Dengan demikian, efektivitas sertifikasi halal bagi UMKM masih bergantung pada sejauh mana peningkatan literasi dan kesadaran konsumen dapat dibangun melalui sosialisasi, promosi, serta edukasi publik yang berkelanjutan.

Temuan ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan informan P1 hingga P4 yang menjadi konsumen, dimana menunjukkan bahwa tingkat kesadaran dan literasi halal di masyarakat Sumenep masih beragam. Sebagian konsumen, terutama generasi muda dan kalangan terdidik, menilai sertifikat halal sebagai bukti penting dalam memastikan keamanan dan kepatuhan syariat. Namun, sebagian besar konsumen di lingkungan tradisional masih menganggap kehalalan produk sudah terjamin "*Karena dibuat oleh orang Islam.*" Fenomena ini memperlihatkan masih kuatnya logika budaya lokal dalam menilai kehalalan, padahal selain hal itu juga perlu dikuatkan secara administrasi dengan adanya sertifikasi halal.

Selain itu, tantangan lainnya berkaitan dengan strategi pemasaran dan akses pasar. Sebagian pelaku usaha seperti U3, U4, dan U5 memang merasakan peningkatan penjualan karena produk mereka dapat masuk ke toko oleh-oleh setelah memiliki sertifikasi halal. Namun, banyak pelaku lain belum mampu mengoptimalkan sertifikat tersebut sebagai alat promosi karena keterbatasan jejaring dan modal usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal baru memberikan dampak ekonomi nyata apabila dikombinasikan dengan strategi pemasaran dan branding yang efektif. Dalam konteks ini, pentingnya jejaring sosial dan kerja sama antar pelaku usaha menjadi faktor kunci keberhasilan. Hal ini sejalan dengan pandangan (Jousairi, 2006) dalam bukunya yang menegaskan bahwa modal sosial berupa kepercayaan (*trust*), jaringan (*network*), dan norma bersama merupakan sumber daya penting dalam memperkuat posisi ekonomi masyarakat. Dengan demikian, pelaku usaha yang memiliki hubungan baik dengan pendamping halal, lembaga keagamaan seperti pesantren, serta komunitas usaha cenderung lebih mampu memanfaatkan sertifikat halal sebagai sarana peningkatan nilai dan akses pasar dibandingkan mereka yang bekerja secara individual.

Dengan demikian secara umum tantangan yang dihadapi UMKM pasca-sertifikasi halal di Kabupaten Sumenep mencakup tiga aspek utama. Pertama, dari sisi kelembagaan, masih terbatasnya pendampingan berkelanjutan dan koordinasi antar lembaga menyebabkan pelaku usaha kesulitan memanfaatkan sertifikat halal secara optimal. Kedua, dari aspek pasar, rendahnya literasi halal dan kesadaran konsumen membuat keberadaan logo halal belum sepenuhnya berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Ketiga, dari sisi sosial-ekonomi, keterbatasan jejaring, modal usaha, dan kemampuan promosi menjadikan sertifikat halal belum mampu berfungsi maksimal sebagai alat penguat daya saing produk. Kondisi ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak otomatis menjamin kemajuan usaha tanpa disertai penguatan kapasitas pelaku, pendampingan kelembagaan yang berkelanjutan, serta strategi pemasaran dan edukasi publik yang terintegrasi.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa proses perolehan labelisasi halal oleh UMKM melalui Sertifikasi Halal di Sumenep tidak hanya dibentuk oleh faktor regulatif melalui kebijakan pemerintah, tetapi juga oleh faktor sosial dan keagamaan yang kuat di masyarakat. Dinamika sosial dan religius ini memperlihatkan bahwa legitimasi sertifikasi halal di Sumenep tidak semata-mata terbentuk karena kewajiban hukum, tetapi juga melalui otoritas moral dan budaya pesantren yang telah melekat dalam kehidupan masyarakat Madura. Meskipun demikian, setelah memperoleh sertifikasi halal, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan baru. Dari sisi kelembagaan, minimnya pendampingan berkelanjutan dan koordinasi antar instansi membuat sertifikat halal belum berfungsi maksimal sebagai alat pemberdayaan ekonomi. Dari sisi pasar, rendahnya literasi halal dan kesadaran konsumen menyebabkan keberadaan logo halal belum berdampak signifikan terhadap peningkatan penjualan produk. Sedangkan dari sisi sosial-ekonomi, keterbatasan jejaring, modal, dan kemampuan promosi membuat sertifikat halal belum mampu menjadi instrumen yang efektif untuk memperluas akses pasar.

Penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas program sertifikasi halal tidak hanya ditentukan oleh aspek regulasi, tetapi juga oleh sejauh mana pemerintah dan lembaga terkait mampu memperkuat kapasitas pelaku UMKM, memperluas jejaring pasar, serta meningkatkan literasi halal masyarakat melalui edukasi dan sosialisasi yang berkelanjutan. Pemerintah daerah dan para pemangku kebijakan perlu merumuskan strategi yang lebih aktif untuk memperkuat ekosistem halal di Sumenep. Oleh sebab itu, penting penelitian lanjutan yang mengkaji strategi penguatan ekosistem halal di Sumenep tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M. (2023). Peran Kiai Kampung Dalam Menanggulangi Radikalisme. *Tasamuh: Jurnal Studi Islam*, 15(2), 197-211.
- Azizah, I., Alkhaezuri, A. I., & Hasanah, A. N. (2024). Persepsi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah terhadap Kewajiban Sertifikasi Produk Halal. *SIL'AH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 82-91.

- Bariki, Y., & Marotina, R. N. (2024). Strategi Pengembangan Seni Kriya Gerabah: Analisis Triple Helix di Desa Wonorejo Pekalongan. *SIL'AH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 37–48.
- Chairani, N., Zasmin, N., Raisuli, R., & Rosidi, A. R. (2025). Peran Sektor UMKM dalam Menekan Inflasi dan Menyerap Tenaga Kerja di Surabaya. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 57.
- Cholil, U., Fadli, M., Huda, N., & Huda, Z. (2021). Analisis Sosial Masyarakat Sumenep dalam Meningkatkan Kualitas Garam Rakyat. *Karaton: Jurnal Pembangunan Sumenep*, 1(1), 175–180.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Faridah, H. D. (2019). SERTIFIKASI HALAL DI INDONESIA : Sejarah, Perkembangan dan Implementasinya di Indonesia. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68–78.
- Fikri, A. K., & Mufidah, I. (2025). Urgensi Etika Profesi dalam Digital Marketing Produk Halal di Kalangan Milenial. *SIL'AH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 10–18.
- Hariani, D., & Sutrisno. (2023). Potensi dan Strategi Pengembangan UMKM Halal di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi MH Tamrin*, 4(1), 76–91.
- Himmah, A., Qadariyah, L., & Sarkawi. (2024). Studi Eksplorasi Literasi Halal dan Sertifikasi Halal Pelaku Usaha UMKM di Lenteng Kabupaten Sumenep. *Adl Islamic Economic*, 5(2), 152.
- Indonesia, P. R. (2008). *Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008*. Jakarta: Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93.
- Indonesia, P. R. (2014). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014*. Jakarta: Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 295.
- Irvan, M., Oseany, R. L., Safitri, L., Faradiba, D., Muhaimin, M. A., Rahmat, N., ... Laila, A. (2024). Pendampingan Sertifikasi Halal dan Pelatihan Desain Kemasan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Produk UMKM di Kelurahan Rejomulyo. *Proceedings of The National Conference on Community Engagement*, 308–317.
- Jousairi, H. (2006). *Social Capital: Menuju Keunggulan Budaya Manusia*. Jakarta: MR-United Press.
- Junaidi, M. (2024). UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat. Retrieved August 26, 2025, from Ditjen Perbendaharaan Kemenkeu RI website: <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Khairawati, S., Murtiyani, S., Wijiharta, W., Yusanto, I., & Murtadlo, M. B. (2025). Kendala Sertifikasi Halal Pada UMKM di Indoneisa : Sebuah Kajian Literatur. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (JASMIEN)*, 05(02), 245–246.
- Laili, D. N. F., & Fajar. (2022). Analisis Problematika Pelaksanaan Sertifikasi Halal bagi Pelaku UMKM di Bangkalan. *Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen Perbankan Syariah*, 3(2), 147–155.
- Lestari, D. (2025). *Efektivitas Program Sertifikasi Halal Pada Produk Umkm Di Kampung Susu Lawu Magetan*. IAIN Ponprogo.
- Madura. (2024). Dongkrak 2 Persen Perekonomian UMKM 2024, Diskoperindag Sumenep sebut Wujud Pelayanan Pemerintah. Retrieved August 29, 2025, from MaduraNetwork website: <https://maduranetwork.com/dongkrak-2-persen-perekonomian-umkm-2024-diskoperindag-sumenep-sebut-wujud-pelayanan-pemerintah/>

- Molasy, H. D., Eko, S., Ernada, Z., Eriyanti, L. D., Elfia, R. Y., & Hanif, M. R. (2023). Peran Kyai Dan Pesantren Dalam Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Studi Kasus Di Paciran Dan Kangean. *Digital Ekonomi Dan Pembangunan Berkelanjutan 2023*, 183–193.
- Mulyadi, A. (2012). Kalender Ritual Masyarakat Muslim Sumenep Madura. *Jurnal Nuansa*, 9(1), 117–140.
- Mustatho, & Ruslan. (2024). Relevansi Kewajiban Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Dengan Maqashid Syariah. *Al-Usroh : Jurnal Hukum Keluarga Islam*, 2(2), 12–24.
- Muthoharoh, S. L. M. (2025). *Strategi Pelaksanaan Program Sertifikasi Halal Pada Pelaku Usaha Mikro dan Kecil di Ponorogo*. IAIN Ponorogo.
- Ningrum, H. M. (2023). *Kesadaran Halal Dan Persepsi Sertifikasi Halal Di Kalangan Pelaku Usaha Mikro Bidang Kuliner Jajanan (Studi Kasus Pedagang Jajanan Di Kecamatan Purwokerto Utara)*. UIN KH. SAIFUDIN ZUHRI (SAIZU).
- Ningrum, R. T. P. (2022). Problematika Kewajiban Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kabupaten Madiun. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 6(7), 43–58.
- Perwira, M. Y., Liasaroh, M., Sholichah, M., Zuria, P. L., & Zakiyah, A. R. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Sertifikasi Halal dan Pemasaran Produk Halal Desa Petok. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 4(1), 24.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Wafiq, W., Nahidloh, S., Fajar, & Kurniawan, R. (2024). Akselerasi Sertifikasi Halal di Kabupaten Sumenep Dinas Koperasi UKM, Perindustrian dan perdagangan serta UMKM Perspektif Maqashid Syari'ah. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(4), 121.
- Wahyuningrum, S. R., Mubarak, R., & Alhumaidy, M. A. (2022). Analisis Indeks Kesalehan Sosial Kabupaten Sumenep Tahun 2022. *Karaton: Jurnal Pembangunan Sumenep*, 2(1), 21–30.