

Penghambat Sertifikasi Halal pada UMKM di Kota Pontianak

Lusi Rahmawati¹, Rafli Al Kautsar², Suci Rahmadani³, Ainun Zehriyah⁴

¹Universitas Tanjungpura, e-mail: b1061231003@student.untan.ac.id

²Universitas Tanjungpura, e-mail: b1061231009@student.untan.ac.id

³Universitas Tanjungpura, e-mail: b1061231013@student.untan.ac.id

⁴Universitas Tanjungpura, e-mail: b1061231023@student.untan.ac.id

Histori Naskah

Diserahkan:
13-06-2025

Direvisi:
07-12-2025

Diterima:
14-12-2025

ABSTRACT

Halal certification is an essential requirement for culinary MSMEs in Pontianak City because the majority of consumers are Muslims who demand guaranteed product halalness. This study aims to analyze the urgency of halal certification and the obstacles faced by MSME operators in fulfilling its requirements. The research employs a descriptive qualitative approach through interviews, observations, and literature studies, which were analyzed using thematic analysis. The results show that halal certification enhances consumer trust, expands market access, and strengthens business competitiveness. However, MSMEs still face several challenges, including limited understanding of the procedures, the perception of high certification costs, complex administrative processes, and minimal assistance from related institutions. Therefore, continuous education, assistance, and more supportive policies are needed so that halal certification can be more easily accessed and contribute to strengthening the halal-based economy in Pontianak City.

Keywords : Halal Certification, Business Competitiveness, Inhibiting Factors, MSMEs

ABSTRAK

Sertifikasi halal merupakan kebutuhan penting bagi UMKM kuliner di Kota Pontianak karena mayoritas konsumen beragama Islam dan menuntut jaminan kehalalan produk. Penelitian ini bertujuan menganalisis urgensi sertifikasi halal serta hambatan yang dihadapi pelaku UMKM dalam proses pemenuhannya. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka yang dianalisis secara tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas akses pasar, dan memperkuat daya saing usaha. Namun, UMKM masih menghadapi kendala berupa rendahnya pemahaman prosedur, biaya yang dianggap tinggi, proses administratif yang rumit, serta minimnya pendampingan dari pihak terkait. Oleh karena itu, diperlukan edukasi, pendampingan, dan kebijakan yang lebih suportif agar sertifikasi halal semakin mudah diakses dan mampu mendorong penguatan ekonomi halal di Kota Pontianak.

Kata Kunci : Sertifikasi Halal, Daya Saing Usaha, Faktor Penghambat, UMKM

Corresponding Author : Lusi Rahmawati, Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura, Jl. Prof. Dr. H. Hadari Nawawi, Kec. Pontianak Tenggara, Pontianak, Kalimantan Barat, e-mail: b1061231003@student.untan.ac.id

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang didominasi oleh penduduk muslim. Terdapat sekitar 207 juta jiwa beragama Islam atau 87% dari total populasi (Rosadi & Nursyamsiah, 2024). Karena mayoritas penduduk beragama Islam, label halal sering menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian produk (Hardimanto, 2025). Halal tidak hanya berkaitan dengan aspek keagamaan, tetapi juga dianggap mencerminkan moralitas, kebersihan, keamanan, dan kualitas produk terutama pada sektor makanan, minuman, dan kosmetik (Suriati dkk., 2025). Permintaan terhadap produk halal di Indonesia sangat besar sehingga sertifikasi halal menjadi aspek penting dalam kepercayaan konsumen terhadap produk. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, lembaga BPJPH berupaya memperluas jangkauan sertifikasi halal ke berbagai produk dari berbagai pelaku usaha, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Hal ini menunjukkan adanya gap signifikan antara kebijakan wajib halal dan implementasi di lapangan (Yuwana & Hasanah, 2021).

Dalam beberapa tahun belakangan, fenomena halal telah berkembang menjadi sebuah gerakan global yang dikenal dengan istilah halal *lifestyle* atau gaya hidup halal (Mustajab, 2025). Gerakan ini muncul dari keyakinan masyarakat internasional bahwa produk yang berlabel halal dianggap baik dan layak dikonsumsi. Tidak hanya di negara mayoritas muslim seperti Indonesia, tren gaya hidup halal juga mulai merambah negara-negara non-muslim seiring meningkatnya permintaan terhadap produk halal dari konsumen global (Mulyana, 2024). Di Indonesia sendiri, sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, perhatian masyarakat terhadap kehalalan produk semakin tinggi. Hal ini diperkuat dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU-JPH) yang mewajibkan seluruh pelaku usaha termasuk UMKM untuk memiliki sertifikat halal pada produk yang mereka jual sehingga kepatuhan terhadap sertifikasi halal tidak lagi bersifat sukarela melainkan menjadi kewajiban (Rido & Sukmana, 2021).

Namun, fakta di lapangan menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan UMKM terhadap kewajiban sertifikasi halal masih jauh dari ideal. Berdasarkan data nasional lima tahun terakhir, jumlah UMKM yang telah mengantongi sertifikat halal menunjukkan peningkatan, tetapi masih jauh dibandingkan total populasi UMKM yang mencapai lebih dari 60 juta unit. Data berikut menunjukkan gap signifikan antara UMKM yang sudah dan yang belum tersertifikasi:

Tahun	Total UMKM (Juta)	UMKM Bersertifikat Halal (Juta)	UMKM Belum Bersertifikat (Juta)
2021	64,20	0,45	63,75
2022	65,00	0,65	64,35
2023	65,50	0,95	64,55
2024	66,00	1,25	64,75
2025	66,00	1,55	64,45

Sumber (Laporan Capaian Kinerja BPJPH, t.t.)

Data tersebut menunjukkan bahwa lebih dari 97% UMKM di Indonesia belum memiliki sertifikasi halal. Hal ini berarti sebagian besar pelaku usaha belum memenuhi kewajiban sebagaimana diamanatkan dalam UU-JPH. Kondisi ini menyebabkan adanya kesenjangan yang besar antara kebijakan pemerintah dan realitas di lapangan. Kesenjangan ini terlihat dari rendahnya literasi halal, terbatasnya akses layanan, serta minimnya dukungan teknis dan pendanaan untuk sertifikasi. Oleh karena itu, implementasi kebijakan wajib halal masih menghadapi tantangan dan belum mencapai hasil yang diharapkan secara nasional.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki kontribusi nyata terhadap daya saing dan reputasi UMKM. Misalnya, dalam studi Dampak Eksistensi Sertifikasi

Halal pada Keunggulan Kompetitif UMKM ditemukan bahwa keberadaan sertifikat halal membantu meningkatkan kepercayaan konsumen serta pendapatan UMKM karena label halal menjadi nilai tambah kompetitif di pasar (Azis & Zakaria, 2024). Begitu pula menurut Sertifikasi Halal dan Pengaruhnya terhadap Kinerja UMKM di Malang *Regency* yang menggunakan sampel 188 UMKM hasilnya menunjukkan bahwa sertifikasi halal berdampak positif terhadap kinerja usaha, termasuk aspek inovasi produk dan performa pasar (Fitri, 2024).

Meskipun manfaat sertifikasi halal jelas dalam aspek kepercayaan konsumen, daya saing, dan potensi pasar penerapannya belum merata di kalangan UMKM. Karena rendahnya literasi halal dan kurangnya pemahaman regulasi membuat banyak pelaku usaha belum mendaftarkan produknya untuk disertifikasi. Selain itu, aspek struktural seperti biaya, akses ke lembaga sertifikasi, dan pendampingan teknis juga menjadi hambatan signifikan. Rendahnya literasi mengenai pentingnya sertifikasi halal dan tahapan pengurusannya menjadi kendala utamanya sehingga diperlukan upaya peningkatan pemahaman agar pelaku UMKM dapat lebih mudah menjalani proses sertifikasi halal (Yuwana & Hasanah, 2021).

Berdasarkan penelitian sebelumnya banyak fokus pada UMKM di Jawa atau kota besar sehingga belum menggambarkan kondisi di daerah lain termasuk Pontianak, yang memiliki karakteristik UMKM, akses institusi, literasi konsumen, dan dinamika pasar yang berbeda. Fenomena ini menunjukkan adanya gap antara potensi pasar halal di Pontianak dan realitas implementasi sertifikasi halal di kalangan UMKM lokal. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan urgensi sertifikasi halal bagi UMKM di Pontianak, mengidentifikasi manfaat sertifikasi halal dalam pengembangan usaha, menganalisis hambatan yang dihadapi UMKM dalam proses sertifikasi, serta menguraikan peran dan upaya pemerintah maupun lembaga terkait dalam memfasilitasi sertifikasi halal sehingga diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai pentingnya sertifikasi halal dan solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan literasi serta implementasi sertifikasi halal di kalangan pelaku UMKM.

TINJAUAN LITERATUR

A. Literasi Sertifikasi Halal untuk Keberlanjutan UMKM

Literasi mengenai sertifikasi halal menjadi pokok pembahasan dalam sesi pelatihan, berdasarkan hasil prasurvey dan kejadian umum yang terlihat di kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah, yaitu ketiadaan dokumen sertifikat halal di antara mereka. Beberapa aspek yang dibahas dalam pelatihan mengenai pengetahuan sertifikasi halal mencakup dasar hukum penerapan sertifikasi halal, prosedur pengajuan sertifikasi halal, dokumen yang perlu dilampirkan untuk pengajuan sertifikasi halal, pra-syarat untuk sertifikasi halal, serta alur pendampingan proses produksi halal dalam program SEHATI (Sertifikasi Halal Gratis). Beberapa regulasi pemerintah yang berkaitan dengan ketentuan halal yang dijelaskan antara lain adalah UU RI No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, di mana pada Pasal 4 menetapkan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia harus memiliki sertifikat halal. Selain itu, dijelaskan juga mengenai Peraturan MenAg RI No. 20 tahun 2021 tentang Sertifikasi Halal Bagi Usaha Mikro dan Kecil yang pada Pasal 2 ayat 1 menyatakan bahwa produk dari usaha mikro dan kecil diwajibkan untuk memiliki sertifikat halal (Wulandari & Hasan, 2023).

Beberapa ketentuan syariat Islam yang telah dijelaskan berkaitan dengan sumber hukum dalam Al-Qur'an dan Hadist. Terdapat dalam firman Allah pada Q.S Al-Baqarah ayat 168 yang artinya: *"Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan 'thoyib' yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah syaitan. Sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu."* Menurut tafsir Ibnu Katsir, dalam ayat ini sebagai pemberi rezeki bagi

semua makhluk dan sebagai pemberi karunia kepada manusia, Allah SWT memperbolehkan manusia mengonsumsi segala sesuatu yang tersedia di alam, yakni segala yang halal juga baik dan tidak membawa petaka bagi jasmani maupun rohani. Pada ayat ini juga Allah melarang manusia mengikuti tindak tanduk syaitan yang bertujuan menipu manusia, seperti mengharamkan apa yang diharamkan Allah (Ilmia & Ridwan, 2023).

Selain itu terdapat juga dalam Q.S An-Nisa ayat 59 yang artinya: *"Wahai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), serta Ulil Amri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah kepada Allah (Al Qur'an) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya."* Menurut tafsiran Buya Hamka, beliau menegaskan bahwa ayat ini menyusun struktur ketaatan dalam masyarakat Islam secara bertingkat: pertama kepada Allah, kedua kepada Rasul, dan ketiga kepada ulil amri. Ketaatan kepada Allah dan Rasul adalah ketaatan yang mutlak, karena Allah adalah sumber hukum dan Rasul adalah penyampai serta teladan dalam pelaksanaannya. Tanpa ketaatan kepada Rasul, keimanan kepada Allah tidak sempurna, sebab perintah-perintah Allah banyak yang tidak akan bisa dilaksanakan tanpa petunjuk praktis dari Rasulullah ﷺ. Adapun ketaatan kepada ulil amri, yakni para pemimpin atau penguasa, adalah ketaatan yang bersyarat. Buya Hamka menekankan bahwa ulil amri berasal dari kata *ulu* (pemilik) dan *amr* (perintah atau urusan), sehingga bermakna "pemilik urusan" atau "orang yang berkuasa". Namun kekuasaan itu hanya sah ditaati apabila mereka berlaku adil, tidak memerintahkan maksiat, dan senantiasa tunduk kepada hukum Allah. Apabila pemimpin memerintahkan sesuatu yang bertentangan dengan syariat, atau membawa kepada kerusakan dan kemungkaran, maka umat Islam tidak wajib bahkan tidak boleh menaati perintah tersebut (Limbong dkk., 2023).

Salah satu hadist Rasulullah Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari adalah hadist yang disampaikan oleh Hakim bin Hizam RA, yang berbunyi: "Nabi Muhammad SAW bersabda: Penjual dan pembeli, keduanya bebas menentukan (untuk membatalkan atau meneruskan) selama belum berpisah, atau sampai keduanya berpisah. Jika keduanya jujur dan menjelaskan (kondisi barang dengan benar), maka berkah jual beli keduanya. Namun, jika ada yang menyembunyikan sesuatu dan berdusta, dihapuslah berkah jual beli keduanya".

Ketentuan syariat Islam dan peraturan perundang-undangan Republik Indonesia yang telah disampaikan menunjukkan betapa pentingnya sertifikasi halal bagi UMKM. Sertifikasi halal akan menjadi faktor penting dalam keberlanjutan usaha UMKM. Pengetahuan mengenai peraturan baik secara syariat Islam, maupun peraturan pemerintah yang berkaitan dengan ketentuan halal merupakan hal yang wajib dimiliki oleh UMKM. Selain itu, pemahaman tentang prosedur pendaftaran sertifikasi halal serta persyaratan yang diperlukan oleh UMKM untuk memproses kebutuhan sertifikasi halal, harus dipahami dan dimiliki oleh para pelaku UMKM. Pentingnya pengetahuan sertifikasi halal bagi SDM UMKM juga sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya. Pratikto dkk. (2023), menyatakan bahwa literasi halal berpengaruh terhadap akuisisi sertifikasi halal oleh para UMKM.

B. Regulasi dan Urgensi Kebijakan Sertifikasi Halal pada UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha menengah atau besar. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta menjaga stabilitas ekonomi. UMKM juga mampu bertahan di

tengah krisis ekonomi dan menjadi pilar utama dalam struktur ekonomi rakyat. Dalam pelaksanaannya, UMKM diklasifikasikan berdasarkan jumlah kekayaan bersih dan penjualan tahunan, di mana usaha mikro memiliki kekayaan maksimal Rp50 juta dan penjualan maksimal Rp300 juta, sedangkan usaha kecil memiliki kekayaan maksimal Rp200 juta dan penjualan maksimal Rp1 miliar.

Selain itu, regulasi UMKM juga sudah diatur dalam Undang-Undang. Berikut adalah regulasi hukum yang mengatur dan memperdayakan UMKM menurut Dharmajaya dkk. (2023), diantaranya:

1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Merupakan payung hukum utama yang mengatur tentang penumbuhan iklim usaha, pengembangan usaha, pembiayaan, penjaminan, dan kemitraan UMKM.
2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 juncto UU Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pemerintahan Daerah: Mengatur kewenangan pemerintah daerah dalam membuat peraturan pemberdayaan UMKM.
3. Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2008: Merupakan aturan pelaksana dari UU No. 20/2008, yang mengatur lebih lanjut mengenai pengembangan, kemitraan, perizinan, serta koordinasi dan pengendalian UMKM.
4. Peraturan Presiden Nomor 98 Tahun 2014 tentang Perizinan untuk Usaha Mikro dan Kecil: Mengatur penyederhanaan proses perizinan dalam bentuk satu lembar izin usaha untuk UMKM guna mempermudah akses legalitas.
5. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 83 Tahun 2014: Berisi pedoman pemberian izin usaha mikro dan kecil oleh pemerintah daerah, agar UMKM mendapatkan perlindungan dan dukungan usaha.

Oleh karena itu, aturan-aturan hukum yang mengatur UMKM sangat penting untuk membantu usaha kecil berkembang dan memberi dampak nyata bagi perekonomian masyarakat. Regulasi yang ada, seperti kemudahan perizinan dan dukungan pengembangan usaha, memberi kepastian dan perlindungan bagi pelaku UMKM agar bisa lebih maju. Dengan aturan yang jelas dan terus diperkuat, UMKM punya peluang lebih besar untuk tumbuh, bersaing, membuka lapangan kerja, dan ikut mendorong pemerataan kesejahteraan di Indonesia. Halal mengacu pada segala sesuatu yang diizinkan atau diperbolehkan, yang berarti sesuatu yang boleh digunakan atau dilakukan sehingga pelakunya tidak akan mendapatkan sanksi atau hukuman atas perbuatannya. Dalam konteks produk, sertifikasi halal memastikan bahwa produk tersebut memenuhi standar dan hukum Islam, memberikan jaminan serta perlindungan bagi konsumen Muslim. Sertifikasi ini, yang awalnya bersifat sukarela, telah menjadi wajib di Indonesia, didorong oleh kebutuhan konsumen domestik dan tren halal global. Pentingnya sertifikasi halal terlihat dari implikasi positifnya bagi bisnis, jaminan keamanan produk, keunggulan komparatif, ketenteraman batin konsumen, perlindungan produk dalam negeri dari persaingan global, akses pasar global, peningkatan lapangan kerja, sistem dokumentasi yang lebih baik, dan peluang ekspor yang lebih luas.

Selain itu sertifikasi halal juga memiliki urgensi penting yang menyokong para UMKM dalam melakukan penjualan produk, berikut beberapa urgensi sertifikasi halal bagi pelaku UMKM menurut Rido & Sukmana (2021), diantaranya:

1. Kewajiban Hukum yang Mengikat

Penerapan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menjadikan sertifikasi halal sebagai kewajiban legal bagi seluruh pelaku usaha, termasuk UMKM. Dengan demikian, pelaku UMKM tidak lagi memiliki pilihan untuk mengurus sertifikat halal secara sukarela, melainkan sebagai kewajiban hukum yang harus dipenuhi.

2. Pemenuhan Tuntutan Konsumen Muslim

Sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, konsumen Indonesia memiliki kepedulian tinggi terhadap kehalalan produk. Label halal tidak hanya menjadi jaminan religius, tetapi juga mencerminkan kualitas, kebersihan, dan keamanan produk yang dikonsumsi, baik oleh konsumen muslim maupun non-muslim.

3. Meningkatkan Minat dan Keputusan Pembelian

Berdasarkan kajian literatur sistematis, ditemukan bahwa keberadaan sertifikasi halal pada produk UMKM secara umum berdampak positif terhadap minat dan keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat memperkuat posisi produk di mata konsumen.

4. Mendorong Peningkatan Penjualan dan Omzet

Studi menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal mengalami peningkatan penjualan yang signifikan. Dengan kata lain, sertifikat halal tidak hanya memberikan dampak pada persepsi konsumen, tetapi juga secara nyata berdampak pada performa keuangan usaha.

5. Mengikuti Perkembangan Tren Global

Tren gaya hidup halal yang berkembang secara global mendorong meningkatnya permintaan akan produk bersertifikat halal, tidak hanya dari negara-negara mayoritas muslim, tetapi juga dari pasar internasional secara umum. Hal ini membuka peluang ekspansi pasar bagi UMKM Indonesia.

6. Strategi Penguatan dan Keberlanjutan Usaha

Sertifikasi halal dapat menjadi alat strategis dalam membangun keberlanjutan usaha dan meningkatkan daya saing UMKM. Melalui sertifikasi ini, UMKM berpotensi memperluas jangkauan pasarnya sekaligus memperkuat kepercayaan konsumen.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal bukan sekadar formalitas, melainkan sebuah keharusan strategis bagi UMKM di Indonesia. Dari kepatuhan hukum hingga peningkatan daya saing global, setiap aspek urgensi sertifikasi halal saling berkaitan untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Memiliki sertifikat halal berarti membuka pintu bagi UMKM untuk meraih kepercayaan konsumen, memperluas pasar, dan pada akhirnya, meningkatkan penjualan serta omzet secara signifikan dalam lanskap ekonomi yang terus berkembang.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan mengaplikasikan kombinasi teknik pengumpulan data, yaitu wawancara semi terstruktur, observasi lapangan, dan dokumentasi. Wawancara semi terstruktur dilaksanakan dengan menyusun daftar pertanyaan terbuka yang memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menggali informasi secara terarah namun tetap fleksibel sesuai dengan respons dari responden, sehingga data yang diperoleh dapat diolah secara kuantitatif setelah proses pengkodean. Observasi lapangan dilakukan secara sistematis untuk mengamati secara langsung kondisi dan perilaku yang relevan dengan objek penelitian, sehingga data yang diperoleh bersifat objektif dan mendukung validitas hasil penelitian. Selain itu, dokumentasi yang mencakup pengumpulan dokumen, arsip, dan catatan terkait digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat dan melengkapi informasi dari wawancara dan observasi. Kombinasi ketiga teknik ini memungkinkan pengumpulan data yang komprehensif dan valid, sehingga hasil penelitian dapat dianalisis secara kuantitatif dengan dasar data yang kuat dan terukur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Usaha UMKM Responden

1. Tahu Gejrot Khas Cirebon

Usaha yang menjadi objek wawancara dalam penelitian ini adalah usaha Tahu Gejrot milik Bapak Fajar, yang berlokasi di sekitar Masjid Muhtadin Universitas Tanjungpura (Untan), Kota Pontianak. Usaha ini telah beroperasi selama kurang lebih 10 tahun dan termasuk dalam kategori UMKM mikro. Kegiatan usaha dijalankan secara mandiri oleh pemilik, tanpa tenaga kerja tambahan, dengan sistem pengelolaan yang masih sederhana dan berbasis usaha keluarga. Produk utama yang dijual adalah tahu gejrot, makanan khas berbahan dasar tahu yang disajikan dengan kuah bumbu racikan khas. Usaha ini buka setiap hari, mulai siang hingga malam hari, untuk menyesuaikan dengan aktivitas mahasiswa dan masyarakat sekitar kampus. Seluruh proses produksi, mulai dari pengolahan hingga penyajian dilakukan langsung oleh pemilik dengan peralatan sederhana dan bahan baku yang diperoleh dari pasar lokal.

2. Gerai Hidayah

Usaha kedua yang menjadi objek wawancara dalam penelitian ini adalah usaha kuliner milik Ibu Indah, yang berlokasi di kawasan GOR (Gelanggang Olahraga) Pontianak. Usaha ini mulai beroperasi pada bulan Mei tahun 2025, dan saat ini masih berada dalam tahap awal pengembangan. Produk yang dijual merupakan makanan siap saji yang diproses dan disajikan langsung di lokasi. Kegiatan usaha dilakukan setiap hari dengan jam operasional mulai dari pagi hingga sore hari, umumnya hingga pukul 17.00 WIB, menyesuaikan dengan kondisi pengunjung di sekitar area GOR.

3. Rumah Makan Amaiera

Usaha ketiga yang menjadi objek wawancara adalah Rumah Makan Amaiera milik Ibu Sri, yang berlokasi di Jalan Raya Desa Kapur, Kabupaten Kubu Raya. Usaha ini bergerak di bidang kuliner dengan konsep rumah makan siap santap, menyediakan berbagai menu masakan rumahan yang langsung bisa dinikmati oleh pelanggan di tempat atau dibawa pulang. Rumah makan ini mulai beroperasi pada tahun 2023 dan telah berjalan selama kurang lebih satu tahun. Alasan utama Ibu Sri membuka usaha ini adalah karena ia memiliki keterampilan memasak dan ingin mencoba keberuntungan di bidang usaha makanan. Usaha ini dikelola secara mandiri dengan skala kecil hingga menengah, dan menyasar konsumen dari lingkungan sekitar serta pengguna jalan yang melintasi kawasan tersebut.

4. Ayam Geprek Mellas

Usaha keempat dalam penelitian ini adalah Ayam Geprek Mellas yang dimiliki oleh Ibu Syamsiah. Usaha ini berlokasi di Jalan Sepakat, sekitar kawasan Universitas Tanjungpura (Untan), Pontianak. Berdiri sejak kurang lebih tahun 2021–2022, rumah makan ini telah berjalan selama sekitar tiga tahun dan menyasar kalangan mahasiswa serta masyarakat umum di sekitar kampus. Usaha ini menyajikan menu utama berupa ayam geprek dengan berbagai pilihan tingkat kepedasan, dan dikelola secara mandiri oleh pemilik. Jam operasionalnya fleksibel, mulai dari pagi hingga malam hari, tergantung pada ketersediaan stok bahan dan situasi pasar harian. Ibu Syamsiah menyatakan bahwa selama menjalankan usahanya, ia berupaya menjaga kualitas dan kebersihan makanan yang disajikan. Meskipun belum memiliki sertifikasi halal resmi, ia menggunakan bahan-bahan yang dinilai halal dan menyatakan kesediaannya untuk mengurus sertifikasi apabila ada pendampingan teknis yang memadai dan proses yang lebih mudah diakses oleh pelaku UMKM kecil.

5. Dapur Faisal

Usaha kelima yang menjadi bagian dari penelitian ini adalah Dapur Faisal, sebuah usaha kuliner milik Bapak Faisal yang berlokasi di kawasan yang sama dengan Gerai Hidsyah. Usaha ini berdiri pada tahun 2021 dan berfokus pada penyediaan makanan siap saji, dengan menu andalan seperti nasi goreng, mie tiaw, mie rebus, ayam bakar, dan berbagai hidangan khas rumahannya. Dapur Faisal beroperasi setiap hari dari siang hingga malam, melayani pelanggan dari berbagai kalangan, terutama masyarakat sekitar dan pelanggan yang mencari makanan cepat saji dengan cita rasa lokal. Usaha ini dikelola langsung oleh pemilik, dengan sistem kerja sederhana dan responsif terhadap permintaan konsumen.

B. Tingkat Pemahaman Pelaku UMKM terhadap Sertifikasi Halal

Secara umum, tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal masih tergolong rendah dan beragam antar pelaku usaha. Berdasarkan hasil wawancara terhadap lima narasumber pemilik Tahu Gejrot, Gerai Hidayah, Rumah Makan Amaiera, Ayam Geprek Mellas, dan Dapur Faisal diketahui bahwa sebagian besar belum memahami prosedur teknis, lembaga yang berwenang, serta manfaat jangka panjang dari sertifikasi halal secara formal. Beberapa pelaku, seperti Tahu Gejrot dan Gerai Hidayah, baru sebatas memahami prinsip dasar halal dalam praktik usaha namun belum menyadari pentingnya legalitas formal. Ibu Sri dari Rumah Makan Amaiera mengaku mengetahui pentingnya kehalalan, tetapi belum memahami akses dan prosedurnya. Ibu Syamsiah dan Bapak Faisal juga menilai bahwa sertifikasi belum terlalu mendesak karena tidak ada tekanan dari konsumen, sehingga masih sekadar wacana.

C. Motivasi dan Kepentingan Pelaku UMKM terhadap Sertifikasi Halal

Motivasi pelaku UMKM untuk mengurus sertifikasi halal mencerminkan kesadaran akan pentingnya kepercayaan konsumen, kewajiban agama, dan peluang ekspansi usaha. Ibu Sri menyatakan bahwa salah satu motivasi kuat adalah menarik minat konsumen Muslim dan memperkuat kepercayaan. Hal serupa disampaikan Bapak Faisal dan Ibu Indah, yang menganggap bahwa sertifikasi halal menjadi aspek penting untuk membangun profesionalitas usaha di masa depan. Meskipun belum semua menjadikannya prioritas saat ini, kelima narasumber menyepakati bahwa sertifikasi halal sangat penting dan akan menjadi perhatian seiring berkembangnya usaha mereka.

D. Faktor Penghambat Implementasi Sertifikasi Halal

1. Kurangnya Informasi dan Sosialisasi

Semua narasumber menyatakan belum pernah mendapatkan sosialisasi langsung dari lembaga berwenang seperti MUI atau Dinas UMKM. Mereka tidak tahu jalur pendaftaran, persyaratan administrasi, atau adanya program bantuan seperti Sehati.

2. Keterbatasan Biaya dan Sumber Daya

UMKM seperti Tahu Gejrot, Rumah Makan Amaiera, dan Dapur Faisal menyebutkan bahwa keterbatasan biaya menjadi hambatan utama. Meski ada program gratis, mereka tetap harus menanggung biaya tidak langsung seperti waktu, tenaga, dan dokumen pendukung.

3. Prosedur yang Dianggap Rumit

Sebagian narasumber menganggap prosedur sertifikasi masih terlalu teknis dan menyulitkan pelaku usaha kecil. Ibu Indah dan Ibu Syamsiah menilai bahwa prosesnya menyita waktu, sementara mereka harus fokus pada operasional harian.

4. Kurangnya Pendampingan Teknis

Tidak adanya pendampingan teknis membuat pelaku UMKM ragu untuk memulai proses. Kelima narasumber menyatakan bahwa kehadiran pendamping atau fasilitator akan sangat membantu dan mendorong mereka untuk segera mengurus sertifikasi.

5. Rendahnya Tuntutan Pasar dan Konsumen

Ketiadaan tekanan dari konsumen juga menjadi alasan keterlambatan implementasi. Baik Tahu Gejrot, Ayam Geprek Mellas, maupun Dapur Faisal menyampaikan bahwa belum ada pertanyaan langsung dari pembeli mengenai status halal, sehingga aspek ini belum mendesak.

E. Upaya dan Harapan Pelaku UMKM terhadap Proses Sertifikasi Halal

Kelima pelaku usaha menunjukkan komitmen untuk mengurus sertifikasi halal di masa mendatang. Mereka telah berupaya menjaga kehalalan produk dengan memastikan bahan baku halal, menjaga kebersihan alat dan dapur, serta menghindari kontaminasi. Tahu Gejrot siap mengurus jika ada pendampingan langsung. Gerai Hidayah dan Dapur Faisal telah mengetahui jalur program pemerintah dan berniat mendaftarkan ketika usaha lebih stabil. Ibu Sri dan Ibu Syamsiah berharap adanya dukungan teknis dan pembiayaan dari pemerintah. Mereka memandang sertifikasi halal sebagai langkah strategis untuk memperluas pasar, meningkatkan profesionalitas, serta membangun loyalitas pelanggan, terutama dalam konteks persaingan usaha kuliner yang semakin ketat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa restoran yang belum memiliki sertifikasi halal umumnya menghadapi hambatan berupa kurangnya pemahaman prosedur, biaya yang cukup tinggi, proses administrasi yang kompleks, kurangnya literasi dan kesadaran pelaku usaha serta minimnya sosialisasi dan dukungan teknis dari pemerintah maupun lembaga terkait. Padahal, sertifikasi halal terbukti penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas pasar, dan memperkuat daya saing usaha kuliner. Dengan demikian, upaya percepatan sertifikasi halal diperlukan agar restoran dapat memenuhi kebutuhan konsumen Muslim dan meningkatkan peluang bersaing di pasar domestik maupun global. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan perlunya kolaborasi antara pemerintah, lembaga terkait, dan pelaku usaha untuk meningkatkan pemahaman, mempermudah proses sertifikasi, serta memberikan dukungan teknis agar restoran dapat segera memenuhi kewajiban sertifikasi halal dan memberikan jaminan keamanan serta kenyamanan bagi konsumennya.

DAFTAR PUSTAKA

- Azis, I. S., & Zakaria, A. (2024). *DAMPAK EKSISTENSI SERTIFIKASI HALAL PADA KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM*. 2(1).
- Dharmajaya, M. A., Haykal, H., & Seftiadi, Y. (2023). Penguatan Regulasi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia dalam Rangka Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 22(2), 164–177. <https://doi.org/10.32639/fokbis.v22i2.688>
- Fitri, R. (2024). SERTIFIKASI HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM. *Jurnal Manajemen dan Profesional*, 5(2). <https://doi.org/10.32815/jpro.v5i2.2326>
- Hardimanto, Z. Z. (2025). The The Appeal of Halal Labels: How much Influence Does It Have on Purchasing Decisions? A Quantitative Study of Packaged Food and Beverages in a Muslim-Majority Market. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(03). <https://doi.org/10.29040/jiei.v11i03.17223>
- Ilmia, A., & Ridwan, A. H. (2023). TAFSIR QS. AL-BAQARAH AYAT 168 DAN KORELASINYA DENGAN UNDANG-UNDANG NOMOR 33 TAHUN 2014 TENTANG JAMINAN PRODUK HALAL. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 193–202. <https://doi.org/10.15575/jim.v4i2.28724>
- Laporan Capaian Kinerja BPJPH periode Oktober 2024 s/d Juni 2025*. (t.t.).
- Limbong, R., Aziz Luthfi, A. A., Yufitri, S., Chandra, A. F., & Bin Ghazali, M. (2023). KESALEHAN EKOLOGIS MASYARAKAT MUSLIM PEKANBARU: STUDI TERHADAP HADIS DALAM UPAYA MEMINIMALISIR KERUSAKAN LINGKUNGAN. *Harmoni*, 22(1), 70–92. <https://doi.org/10.32488/harmoni.v1i22.617>
- Mulyana, R. A. (2024). Geliat Gaya Hidup Halal Global: Peluang dan Tantangan. *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 4(1), 41–60. <https://doi.org/10.15575/likuid.v4i1.30742>
- Mustajab, S. (2025). Halal Lifestyle sebagai Tren Global: Dampaknya terhadap Perkembangan Industri Halal di Indonesia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(11), 4189–4200. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i11.10007>
- Pratikto, H., Agustina, Y., & Kiranawati, T. M. (2023). The Influence of Various Factors on MSME Halal Certification Behavior: An Analysis With Intention as an Intervening Variable. *International Journal of Professional Business Review*, 8(9), e3444. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i9.3444>
- Rido, M., & Sukmana, A. H. (2021). *URGENSE SERTIFIKASI HALAL BAGI BISNIS UMKM*. 2(2). <https://journal.ummat.ac.id/index.php/JABB/article/view/5644/3406>
- Rosadi, C. P., & Nursyamsiah, T. (2024). *Development strategy for small and medium-scale halal food and beverage sector in Indonesia*.
- Suriati, S., Syamsuddin, I. P., & Husniah, D. (2025). The Influence of Halal Labels on Cosmetic Products on Consumer Purchase Decisions in Indonesia. *JURNAL PENDIDIKAN IPS*, 15(2), 577–586. <https://doi.org/10.37630/jpi.v15i2.2821>
- Wulandari, S. H., & Hasan, D. B. N. (2023). *ANALISIS TINGKAT LITERASI LABEL HALAL PENGUSAHA UMKM KERUPUK DI DESA DAKIRING*. 2(1).
- Yuwana, S. I. P., & Hasanah, H. (2021). Literasi Produk Bersertifikasi Halal Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(2), 104–112. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i2.44>