

Dampak Sertifikasi Produk Halal Terhadap Kinerja UMKM dan Ekonomi di Kabupaten Sidenreng Rappang

Nikmatullah Nur¹, Mutiara Indah², Muhammad Rizal³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Ekonomi Syariah, Institut
Agama Islam DDI Sidenreng Rappang, Sidenreng Rappang, Indonesia

Email: cullanur@gmail.com

Abstrak

Sertifikasi produk halal memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia, khususnya di Sidenreng Rappang. Studi ini bertujuan untuk menganalisis dampak sertifikasi halal terhadap kinerja UKM dan dampak ekonominya yang lebih luas. Studi ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yang melibatkan wawancara dan observasi langsung terhadap para pemangku kepentingan, termasuk pemilik UKM, konsumen, dan pejabat pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal secara signifikan meningkatkan kepercayaan konsumen, meningkatkan akses pasar, dan meningkatkan kinerja operasional dan keuangan UKM. Namun, penerapan sertifikasi halal menghadapi beberapa tantangan, termasuk kurangnya informasi dan infrastruktur, terutama bagi UKM yang belum mendapatkan sertifikasi. Studi ini menekankan peran dukungan pemerintah, termasuk pelatihan, fasilitasi, dan penyederhanaan prosedur administrasi, untuk mengatasi hambatan-hambatan ini. Lebih lanjut, sertifikasi halal meningkatkan daya saing UKM baik di tingkat lokal maupun nasional, yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi regional. Temuan ini menyoroti perlunya kolaborasi berkelanjutan antara pemerintah, lembaga akademik, dan UKM untuk mendorong ekosistem halal yang inklusif.

Kata Kunci: Kepercayaan Konsumen, Sertifikasi Halal, Pertumbuhan Ekonomi, Dukungan Pemerintah, UMKM

Abstract

The certification of halal products plays a pivotal role in enhancing the performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia, particularly in Sidenreng Rappang. This study aims to analyze the impact of halal certification on SME

performance and its broader economic effects. The study employs a qualitative method with a case study approach, involving interviews and direct observation of stakeholders including SME owners, consumers, and government officials. The results indicate that halal certification significantly boosts consumer trust, increases market access, and enhances operational and financial performance for SMEs. However, the adoption of halal certification faces several challenges, including a lack of information and infrastructure, particularly for SMEs that have not yet obtained certification. The study emphasizes the role of government support, including training, facilitation, and the simplification of administrative procedures, to overcome these barriers. Furthermore, the certification enhances the competitiveness of SMEs both locally and nationally, contributing to regional economic growth. The findings highlight the need for continued collaboration between the government, academic institutions, and SMEs to foster an inclusive halal ecosystem.

Keywords: *Consumer Trust, Halal Certification, Government Support, SMEs, Regional Growth*

A. PENDAHULUAN

Perekonomian pada suatu wilayah dibentuk oleh keterkaitan aktivitas produksi, konsumsi, dan distribusi yang juga menentukan produktivitas dan daya saing, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu motor penggerak perekonomian nasional harus dapat beradaptasi dengan kebutuhan pasar di era modern ini (Rido & Sukmana, 2021). Sertifikasi produk kini menjadi salah satu nilai tambah yang dapat dijadikan sebagai keunggulan dan sebagai sebuah penunjang dalam strategi peningkatan produktivitas untuk memperkuat daya saing usaha (Sari et al., 2024). Dalam konteks produk halal, sertifikasi halal adalah bentuk nilai tambah yang dapat diperoleh untuk meningkatkan minat konsumen dalam pembelian produk.

Preferensi konsumen di era modern semakin mendorong terciptanya keragaman produk, hal ini mengubah perilaku konsumen, termasuk kesadaran terhadap produk halal (Urumsah & Puspitasari, 2021). Sertifikasi halal tidak hanya mengarah pada pemenuhan terhadap kebutuhan konsumen, namun juga diarahkan untuk meningkatkan

kesadaran pelaku usaha akan pentingnya sertifikasi halal, terkhusus dalam membuka akses pasar yang lebih luas (Chusniati et al., 2023). Hal ini juga menegaskan posisi Indonesia sebagai produsen dan pemangku lembaga akreditasi halal yang berperan dalam pembangunan industri halal dalam skala nasional (Jibrani, 2022).

Mekanisme sertifikasi halal yang dijalankan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) bersama Majelis Ulama Indonesia (MUI) menekankan prosedur, regulasi, kesesuaian dengan syariat, dan fasilitasi administratif untuk menjamin keamanan, kebersihan, dan kehalalan produk sesuai dengan regulasi terkini (Ibrahim et al., 2023). Sertifikasi halal menjadi bagian dari peningkatan akses pasar dan daya saing produk nasional (Lestari & Komariyati, 2024). Label halal pada sebuah produk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen muslim, dan menarik konsumen non-muslim dengan mengetahui jaminan keamanan, dan kebersihan produk halal (Hasan et al., 2020). Sertifikasi halal dapat mempengaruhi citra merek dan keputusan pembelian konsumen (Khanfani et al., 2023). Sebagai akibatnya, sertifikasi berfungsi sebagai simbol kualitas yang memperluas jangkauan pasar domestic dan internasional (Katuk et al., 2020). Pada akhirnya upaya ini akan mendorong terciptanya ekonomi yang kokoh dengan aspek halal sebagai fondasinya dalam pembangunan ekonomi nasional.

Permintaan produk halal terus meningkat seiring dengan meningkatkan kesadaran masyarakat dan kebijakan pemerintah yang mendukung industri halal. Pada tahun 2023 tercatat ada sebanyak 1.118.490 sertifikat halal yang telah diterbitkan, pencapaian ini melampaui target sebesar 110.91%. Sedangkan di Provinsi Sulawesi

Selatan, peningkatan signifikan produk halal dicerminkan dari peningkatan produk bersertifikat halal dari 464 menjadi 1.494 hanya dalam setahun. Lebih spesifik, Kabupaten Sidenreng Rappang dengan mayoritas 91.23% penduduk yang beragama Islam, menjadikan Kabupaten Sidenreng Rappang memiliki potensi besar untuk menjadi pusat pertumbuhan ekonomi halal yang berbasis UMKM.

Sertifikasi halal sebagai aspek fundamental dalam menciptakan dan meningkatkan industri halal berkontribusi besar terhadap peningkatan kinerja UMKM yang terealisasikan melalui beberapa hal penting yakni perluasan akses pasar, dan peningkatan kepercayaan konsumen muslim dan non-muslim (Hasan et al., 2020). Produk halal juga merupakan sebuah inovasi dan perbaikan proses produksi yang lebih transparan dan lebih terjamin kebersihan dan keamanannya (M. Yang et al., 2022). Fasilitasi dan pendampingan untuk mengurangi hambatan dalam memperoleh sertifikasi halal merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan partisipasi UMKM dalam membangun ekosistem halal (Fathoni, 2020).

Kombinasi efek pasar, inovasi, dan dukungan kelembagaan menghasilkan dampak yang bersifat *multiplier* bagi ekonomi daerah, peningkatan penjualan, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan *added value* berbasis kearifan lokal yang memperkuat daya saing dan pertumbuhan ekonomi regional (Anwar et al., 2024). Analisis integrative sosial-keagamaan, ekonomi, dan kelembagaan diperlukan untuk mengkuantifikasi hubungan kausal antara sertifikasi halal dan indikator perekonomian daerah (Abdulraof, 2024). Penelitian terdahulu menunjukkan kapabilitas yang dimiliki oleh label halal dalam meningkatkan minat beli dan loyalitas konsumen (S. Yang, 2019). Label

halal dinilai sebagai nilai tambah dalam sebuah produk yang tidak hanya meningkatkan kinerja UMKM namun juga daya saing UMKM dalam skala lokal dan nasional (Ramadhan & Gunanto, 2021). Dengan demikian, kebijakan yang dapat mempermudah peningkatan fasilitasi untuk memperoleh sertifikat halal tidak hanya akan berdampak pada peningkatan jumlah produk halal, namun juga pada perekonomian pada suatu wilayah (Eris et al., 2023).

Penelitian ini hadir untuk menganalisis dampak sertifikasi halal terhadap kinerja UMKM, menilai pengaruh sertifikasi halal terhadap perekonomian daerah, dan menjelaskan hubungan antara kinerja UMKM berlabel halal dengan peningkatan indikator ekonomi lokal di Kabupaten Sidenreng Rappang. Penelitian ini akan menelusuri dampak sertifikasi halal dari berbagai perspektif seperti pemilik UMKM, pemerintah, dan masyarakat sebagai konsumen.

B. METODE

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus, dalam penelitian ini dilakukan pengamatan langsung melalui observasi, dan wawancara secara langsung dengan informan untuk memperoleh data. Metode kualitatif dipilih dengan kapabilitasnya untuk menjelaskan data yang berbentuk narasi dan pernyataan, berbeda dengan penelitian kuantitatif yang dominan menggunakan data numerik atau angka. Penelitian kualitatif memiliki jangkauan yang lebih luas dengan adanya fleksibilitas dalam membangun makna dari hasil penelitian dengan tetap berdasar pada teori dan bukti empiris yang telah dikumpulkan dan diformulasikan.

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Sidenreng Rappang dengan berfokus pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

terkhusus yang telah memiliki sertifikasi halal untuk produk yang mereka jual, untuk memperluas jangkauan penelitian, UMKM tanpa sertifikasi halal juga akan dijadikan sebagai objek dengan lebih fokus pada hambatan dan tantangan yang dihadapi dalam memperoleh sertifikasi halal. Penelitian ini akan menganalisis berbagai perspektif sehingga dibutuhkan informan dari beberapa kelompok. Informan dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM baik yang telah memiliki sertifikasi halal maupun yang belum, selanjutnya konsumen, dan pihak pemerintah yakni perwakilan dari Dinas Koperasi, UKM, Tenaga Kerja, dan Transmigrasi, serta Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Sidenreng Rappang.

Data dikumpulkan dari 10 sampel yang terdiri dari 3 pemilik UMKM yang memiliki sertifikasi halal, 3 pemilik UMKM tanpa sertifikasi halal, dan masing-masing 2 dari dua instansi pemerintah yakni Dinas Perdagangan dan Perindustrian, dan Dinas Koperasi, UKM, Tenaga Kerja, dan Transmigrasi Kabupaten Sidenreng Rappang. Data yang diperoleh dalam bentuk wawancara akan diolah melalui triangulasi data yang memudahkan pemaknaan hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara yang telah dilakukan. Selain itu, hasil ini akan dibandingkan dengan bukti empiris untuk memberikan implikasi potensial serta potensi-potensi implikatif yang dapat dijelaskan sebagai dampak dari sertifikasi halal di Kabupaten Sidenreng Rappang.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perspektif Pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Sertifikasi halal di Kabupaten Sidenreng Rappang sudah cukup dikenal oleh Masyarakat, terakhir pemegang sertifikat halal di Kabupaten Sidenreng Rappang mencapai 154 usaha belum mengcakup

seluruh usaha yang sedang dibimbing melalui peran Akademisi, dan pemerintah. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM. Pemilik UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal mengaku dalam mengurus sertifikat halal, mereka didampingi dan dibantu, mereka mengaku bahwa proses tidak begitu ribet terkhusus apabila pemilik usaha mampu membuktikan bahwa produknya benar-benar steril dan tidak mengandung zat atau komposisi yang berbahaya dan dapat membahayakan kesehatan. Selain itu, mereka juga menjelaskan bahwa dengan adanya sertifikat atau label halal pada produk mereka, baik konsumen Muslim maupun Non-Muslim tertarik dan membeli produk mereka secara berkala.

Sejalan dengan hasil penelitian ini, secara empiris, sertifikasi halal memang dinilai mampu meningkatkan daya saing produk, melalui peningkatan kepercayaan konsumen, dan kinerja bisnis UMKM yang didalamnya meliputi kinerja operasional, dan kinerja keuangan (Alfarizi, 2023). Namun, dalam praktiknya ketersediaan fasilitasi, pelatihan, pembinaan, dan dukungan merupakan aspek-aspek yang harus tersedia untuk mendorong partisipasi aktif UMKM dalam upaya untuk memperoleh sertifikat halal (Nasori et al., 2022). Peningkatan kepercayaan konsumen mendorong minat beli, dan loyalitas konsumen, sehingga peningkatan akan hasil penjualan juga menjadi dampak nyata yang diperoleh UMKM (Gunawan et al., 2021). Kepercayaan dan citra baik ini juga didukung oleh peran pemerintah dalam memastikan bahwa setiap usaha yang telah memiliki sertifikasi halal adalah usaha yang patuh terhadap praktik halal (Alfarizi & Hanum, 2023). Seluruh aspek inilah yang kemudian mendorong terciptanya nilai tambah pada UMKM.

Berbeda dengan pemilik UMKM yang telah memperoleh sertifikasi halal, terdapat banyak UMKM yang belum memperoleh sertifikat ini di Kabupaten Sidenreng Rappang. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM yang belum memiliki sertifikat halal, mereka menyatakan bahwa hambatan yang dialami adalah keterbatasan informasi dan fasilitasi, pemilik usaha mengaku tidak pernah mengikuti sosialisasi dan pembinaan, mereka jarang mendapatkan informasi mengenai sertifikasi halal. Selain itu, pemilik UMKM ini menganggap bahwa tidak terdapat perbedaan kecenderungan pembelian antara produk tanpa label halal dan produk dengan label halal, hal ini merefreksikan bahwa pemilik UMKM ini tidak mengetahui bahwa produk yang banyak dijual dipasaran hampir seluruhnya memiliki label halal atau dapat dijamin kehalalannya.

Hambatan utama dalam pengurusan sertifikasi halal yang banyak ditemui adalah kesan kompleksitas yang ikut didalam pesyaratan dan beban administratifnya (Arifin, 2020). Kurangnya pengetahuan dan kesadaran tentang prosedur pendaftaran dan Sistem Jaminan Halal (SJH) juga memperlambat pemilik UMKM untuk memperoleh sertifikat halal (Giyanti & Indriastiningsih, 2019). Tantangan teknis seperti perlunya tenaga ahli pangan, pengelolaan rantai pasok halal, dan penanganan titik kritis produksi menuntut kapasitas yang belum dimiliki kebanyakan UMKM (Azmi et al., 2019). Secara keseluruhan, hambatan dan tantangan ini memerlukan adanya pendampingan berkelanjutan, pelatihan, fasilitasi, dan dukungan teknis atau digital sebagai solusi (Hasan et al., 2020).

Perspektif Pemerintah Daerah

Sertifikasi halal menjadi nilai tambah yang dapat diperoleh suatu produk, keunggulan ini diharapkan mampu mendorong kinerja UMKM. Sertifikasi halal di inisiasi untuk mendorong kesadaran halal dan menciptakan ekosistem halal yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan membentuk industri halal yang berkelanjutan pada suatu wilayah. Peran pemerintah daerah tidak lepas dalam mencapai tujuan ini, Pemerintah Kabupaten Sidenreng Rappang menyadari pentingnya sertifikasi halal di Kabupaten Sidenreng Rappang, terkhusus dengan mempertimbangkan mayoritas penduduknya yang beragama Islam. Berdasarkan hasil wawancara dengan Pegawai Dinas Koperasi, UKM, Tenaga Kerja, dan Transmigrasi, UMKM di Kabupaten Sidenreng Rappang membutuhkan suatu bentuk inovasi yang dapat meningkatkan kinerja UMKM, disinilah sertifikasi halal hadir sebagai solusi. Sebagian besar produk yang mengurus sertifikasi halal adalah produk rumahan, hal ini dinyatakan sebagai suatu gerakan yang dapat meningkatkan kinerja UMKM di Kabupaten Sidenreng Rappang, dalam hal ini pemerintah daerah akan terus berkolaborasi dengan berbagai pihak untuk meningkatkan fasilitasi dan pembinaan sertifikasi produk halal untuk UMKM.

Sedangkan dari perspektif Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Sidenreng Rappang, sertifikasi halal yang pada umumnya mengakomodasi produk rumahan dan industri kecil sangat membantu dalam mendorong kinerja sektor perdagangan di Kabupaten Sidenreng Rappang, dalam hal ini pemerintah berharap pembimbingan dan pembinaan, serta dukungan untuk meningkatkan jumlah UMKM yang memiliki sertifikasi halal. Tidak hanya untuk meningkatkan kinerja

UMKM, melainkan untuk mendorong terciptanya ekosistem halal, dan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sidenreng Rappang.

Pemerintah memiliki peran ganda yakni regulasi dan fasilitasi. Dalam konteks regulasi, sertifikasi halal wajib dimiliki oleh pelaku usaha sebagai bentuk tanggung jawab, dan implementasi kepatuhan terhadap prinsip-prinsip halal (Gunawan et al., 2021). Dalam konteks fasilitasi, pemerintah daerah perlu melakukan sosialisasi, pelatihan, pendampingan teknis, pemantauan kesiapapam, serta bantuan biaya atau penyerderhanaan prosedur untuk mengatasi beban administratif teknis yang umumnya dihadapi oleh UMKM (Laksamana et al., 2024; Wulandari, 2023).

Secara empiris, pemerintah daerah memandang sertifikasi halal sebagai potensi yang dapat meningkatkan kredibilitas produk, kepercayaan konsumen, dan akses pasar lokal, namun untuk memperoleh seluruh manfaat ini dibutuhkan adanya pendampingan berkelanjutan terkhusus yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi UMKM dalam mengurus sertifikasi halal (Kusumaningtyas et al., 2024). Kendala-kendala seperti biaya, pengetahuan, dan kesiapa teknis adalah beberapa hal yang masih ditemui UMKM, dalam hal ini pemerintah dapat berfokus dalam intervensi positif seperti integrasi edukasi, fasilitasi pembiayaan, dan monitoring pasca sertifikasi (Nasori et al., 2022).

Perspektif Konsumen dan Dampak Sertifikasi Produk Halal

Produk dengan label halal memiliki nilai yang berbeda dimata konsumen, terkhusus konsumen Muslim, label halal merupakan aspek penting yang membuat suatu produk layak untuk dikonsumsi bagi konsumen Muslim. Wawancara dengan konsumen menunjukkan

keragaman jawaban, namun secara representatif, konsumen Muslim di Kabupaten Sidenreng Rappang menunjukkan respon positif dengan memberikan jawaban bahwa label halal pada suatu produk sangat penting bagi mereka, dalam perspektif mereka, produk ini dijamin kehalalannya melalui prosedur produksi yang baik dan terjamin keamanan dan kebersihannya.

Sedangkan perspektif yang berbeda diberikan oleh konsumen non-muslim, konsumen non-muslim memberikan tanggapan bahwa produk dengan label halal dan tidak berlabel halal tidak menjadi pertimbangan, karena mereka mengkonsumsi kedua produk tersebut. Namun, dalam kondisi tertentu, konsumen non-muslim menyatakan bahwa kebersihan produk tersebut menjadi daya tarik tersendiri yang membuat mereka tetap minat untuk membeli produk halal. Selain itu, konsumen non-muslim juga tidak memiliki pilihan yang beragam sehingga ketersediaan produk halal tentu memudahkan bagi mereka dalam memenuhi kebutuhan pokok, dan kebutuhan-kebutuhan lainnya.

Sejalan dengan hasil penelitian ini, produk halal direspon oleh konsumen dengan baik melalui kepercayaan konsumen, dan kredibilitas produk yang dimilikinya (Janah & Yazid, 2024). Label halal pada suatu produk mendorong kecenderungan pembelian seseorang dan mengarahkan perilaku konsumsi (Aditya & Hammam, 2024). Konsumen muslim terutama menganggap bahwa produk dengan label halal memiliki nilai tambah yang membuat sebagian besar konsumen lebih memilih produk dengan label atau telah tersertifikasi halal (Fitriani & Siagian, 2024). Upaya untuk memaksimalkan peran produk halal dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah dapat ditempuh dengan meningkatkan preferensi dan keunggulan kompetitif

produk yang bergantung pada integritas sertifikasi, sosialisasi, dan pendampingan (Wati & Ridlwan, 2020).

Produk halal tentu tidak hanya diterima oleh konsumen muslim, penerimaan konsumen non-Muslim terhadap produk halal sangat beragam, keragaman respon ini didasari oleh manfaat, dan kualitas yang dapat diperoleh (Majid et al., 2020). Namun, dalam beberapa kondisi, aspek religious dan pembatasan pelayanan menjadi faktor yang dapat menimbulkan rasa tidak nyaman, dan mengurangi minat beli konsumen non-Muslim (Rahman et al., 2020; Ramli et al., 2021). Untuk meningkatkan penerimaan produk halal pada berbagai pihak, termasuk konsumen non-Muslim, dibutuhkan perlibatan, pelatihan terbuka, dan mendorong peran *endorsement* menjadi faktor krusial untuk mengurangi retensi, dan meningkatkan penerimaan dalam masyarakat multicultural (Lubis & Setyono, 2023; Wibowo et al., 2020). Hal ini akan berdampak pada peningkatan volume penjualan produk halal yang pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi pada suatu wilayah.

Peran pemerintah sangat penting untuk mendukung peningkatan jumlah sertifikasi halal melalui pelatihan untuk meningkatkan literasi halal, dan pemahaman terkait prosedur pengurusan sertifikasi halal. Dalam merealisasikan upaya ini, pemerintah dapat bekerja sama dengan akademisi dan praktisi dalam berbagai kegiatan pemberdayaan dan pengembangan kapasitas masyarakat terkhusus di wilayah dengan potensi UMKM yang besar.

D. PENUTUP

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi produk halal merupakan nilai tambah yang melekat pada suatu produk, sertifikasi halal di Kabupaten Sidenreng Rappang berperan sebagai faktor penting

dalam menunjang kinerja UMKM, berdasarkan hasil penelitian baik dari perspektif konsumen Muslim maupun non-Muslim menyatakan bahwa produk halal adalah produk yang menarik minat beli dan sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan. Kecenderungan perilaku konsumen ini membuat produk halal mengalami perkembangan di Kabupaten Sidenreng Rappang. Dalam perspektif produsen dan pemerintah daerah, sertifikasi produk halal dinilai sebagai salah satu aspek penting yang dapat meningkatkan produktivitas UMKM, dan menciptakan daya saing usaha di Kabupaten Sidenreng Rappang.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan indikator pengukuran yang terbatas pada beberapa sampel saja yang dinilai dapat mewakili dalam menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Namun, penelitian ini dapat menjadi kerangka untuk menelusuri lebih jauh mengenai dampak sertifikasi produk halal, penelitian dengan metode kuantitatif dan sampel yang lebih besar berpotensi memberikan hasil yang bervariasi dan kontributif dalam penelitian yang menjelaskan mengenai sertifikasi produk halal dan dampaknya.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Atas terselesaikannya penelitian ini, peneliti menyampaikan ungkapan terima kasih kepada Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama Republik Indonesia atas pendanaan penelitian ini sebagai bagian dari program Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat (Litapdimas) Klaster Penelitian Pembinaan/Kapasitas (PUSAT) Tahun Anggaran 2025. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada ilmu pengetahuan dan dapat digunakan sebagai rujukan dalam perumusan kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan

kapasitas, dan kapabilitas, serta pemberdayaan UMKM di Kabupaten Sidenreng Rappang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulraof, A. G. (2024). The Impacts of Halal Certification Policies in the Philippines: A Literature Review. *Cognizance Journal of Multidisciplinary Studies*, 4(12), 648–667.
- Aditya, W., & Hammam. (2024). Kesadaran Halal Pelaku Umkm Terhadap Produk Olahan Wajib Bersertifikat Halal (Studi UMKM Kecamatan Kwanyar). *Iqitisadie Journal of Islamic Banking and Shariah Economy*, 4(1), 1–17.
- Alfarizi, M. (2023). Peran Sertifikasi Halal Dan Kepatuhan Praktik Halal Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan: Investigasi Pemodelan Empiris Sektor Umkm Kuliner Nusantara. *Harmoni*, 22(1), 93–116.
- Alfarizi, M., & Hanum, R. K. (2023). Meningkatkan Transformasi Digital Dan Keberlanjutan Pada Umkm Kuliner Halal Indonesia: Studi Pemodelan Kinerja. *Journal of Religious Policy*, 2(2), 345–382.
- Anwar, U. A. A., Nurhakim, H. Q., & Rani, A. M. (2024). SMEs Halal Compliance in the Implementation of Service Operations Management. *The Eastasouth Management and Business*, 2(02), 135–148.
- Arifin, R. (2020). Legal Analysis of Halal Product Guarantee for Development of Small and Medium Enterprises (SMEs) Business in Indonesia. *Jurnal Hukum Islam*, 18(1), 121–136.
- Azmi, F. R., Abdullah, A., Musa, H., & Mahmood, W. H. W. (2019). Perception of Food Manufacturers Towards Adoption of Halal Food Supply Chain in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 571–589.
- Chusniati, A., Hikmah, L. U. B. R., Salsabila, A. N., Fi’liya, N., Pramita, E. D., Nurlaeli, S., & Widyaningsih, R. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal Kepada Pelaku UMKM Gropak Di Desa Karangdadap. *Solidaritas Jurnal Pengabdian*, 3(2), 205–214.

- Eris, F. R., Annazhifah, N., Najah, Z., Wulandari, P., & Rusbana, T. B. (2023). Assistance for Registration of Halal Certification to MSMEs Products in Banten Province. *Move Journal of Community Service and Engagement*, 2(6), 173–178.
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428.
- Fitriani, F., & Siagian, Y. M. (2024). Produk Kosmetik Halal Dengan Pendekatan Push Pull and Mooring Guna Meningkatkan Switching Intention. *EBID: Ekonomi Bisnis Digital*, 2(2), 307–316.
- Giyanti, I., & Indriastiningsih, E. (2019). Effect of SME Food Entrepreneurs Knowledge on Halal Certification for Certified Awareness Using Partial Least Square. *Jurnal Teknik Industri*, 20(2), 140–151.
- Gunawan, S., Juwari, J., Aparamarta, H. W., Darmawan, R. M. A., & Rakhmawati, N. A. (2021). Pendampingan Berkelanjutan Sistem Jaminan Halal Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Sewagati*, 5(1), 8.
- Hasan, H., Sulong, R. S., & Tanakinjal, G. H. (2020). Halal Certification Among the SMEs in Kinabalu, Sabah. *Journal of Consumer Sciences*, 5(1), 16–28.
- Ibrahim, M. Y., Fauzi, U., Fadillah, N., & Satifa, S. A. (2023). The Transformation of Halal Certification Regulations in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 183–195.
- Janah, N. N., & Yazid, M. (2024). The Role of Halal Certification Bodies in Ensuring Consumer Confidence: A Multi-Site Study in Indonesia. *Al-Ahkam*, 20(2), 218–235.
- Jibrani, A. M. P. (2022). Sertifikasi Halal Indonesia Ditolak Negara Muslim. *Journal of Integrative International Relations (JIIR)*, 7(2), 148–155.
- Katuk, N., Ku-Mahamud, K. R., Kayat, K., Hamid, M. N. A., Zakaria, N. H., & Purbasari, A. (2020). Halal Certification for Tourism Marketing: The Attributes and Attitudes of Food Operators in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(5), 1043–1062.
- Khanfani, M., Diniyah, A., & Putri, G. Z. A. (2023). Exploring the Influence of Consumer Behavior on Purchase Decision and

- Purchase Intention for Halal Cosmetics: The Moderating Role of Halal Awareness. *Airlangga International Journal of Islamic Economics and Finance*, 6(02), 144–160.
- Kusumaningtyas, D. P., Arrozi, F., Maf'ula, F., & Syahidin, M. (2024). Urgensi Sertifikasi Halal Dan Dampaknya Terhadap UMKM: Studi Kasus Pada UMKM Sedap T-Rasya Lamongan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 7(1), 998–1010.
- Laksamana, R., Bustami, B., Ardelia, A. S., Mubaraq, A., & Achmad, A. (2024). Membangun Kesadaran Halal Bagi UMKM Melalui Sosialisasi Dan Pendampingan Sertifikasi Halal. *Dedikasi Sains Dan Teknologi*, 4(2), 180–192.
- Lestari, O. A., & Komariyati, K. (2024). Halal Certification Education With Halal Business Actor Statements (Self Declare) at Kelompok UMK Sahabat in Rasau Jaya West Kalimantan. *Jurnal Pengabdian Undikma*, 5(1), 1.
- Lubis, A. R., & Setyono, J. (2023). Non-Muslims' Intention to Consume Halal Food in Indonesia. *Shirkah Journal of Economics and Business*, 8(2), 172–188.
- Majid, D. K. Z. A., Hanan, S. A., & Hassan, H. (2020). A Mediator of Consumers' Willingness to Pay for Halal Logistics. *British Food Journal*, 123(3), 910–925.
- Nasori, N., Asih, R., Baqiya, M. A., & Rubiyanto, A. (2022). Pemantauan Kesiapan Produk UMKM Jawa Timur Dalam Sertifikasi Halal Self-Declare. *Sewagati*, 7(2), 240–252.
- Rahman, M., Moghavvemi, S., Thirumooorthi, T., & Rahman, M. K. (2020). The Impact of Tourists' Perceptions on Halal Tourism Destination: A Structural Model Analysis. *Tourism Review*, 75(3), 575–594.
- Ramadhan, A., & Gunanto, E. Y. A. (2021). Decision on Halal Certification of Food and Beverage Products Processed by UMKM Products in Tangerang City - Study of Religiosity, Regulation, and Branding. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2).
- Ramli, M. A., Razak, M. A. A., & Jaafar, M. H. (2021). Understanding Non-Muslims' Reluctance to Halal Food: A Systematic Review. *Journal of Islamic Marketing*, 14(2), 544–561.

- Rido, M., & Sukmana, A. H. (2021). Urgensi Sertifikasi Halal Bagi Bisnis UMKM. *Journal of Applied Business and Banking (Jabb)*, 2(2).
- Sari, D. M., Noviarita, H., & Fasa, M. I. (2024). Strategy for Increasing Halal Products and Halal Certification of Food Products in Increasing the Competitiveness of the Indonesian Halal Industry. *Reslaj Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 2471–2480.
- Urumsah, D., & Puspitasari, D. A. (2021). Influence of Halal Certification on Innovation and Financial Performance. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 11(3), 650–666.
- Wati, W., & Ridlwan, A. A. (2020). Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Tidak Bersertifikat Halal Dengan Merek Mengandung Makna Sarkasme. *Jurnal Ekonomi Syariah Akuntansi Dan Perbankan (Jeskape)*, 4(2), 205–228.
- Wibowo, M. W., Permana, D., Hanafiah, A., Ahmad, F., & Ting, H. (2020). Halal Food Credence: Do the Malaysian Non-Muslim Consumers Hesitate? *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), 1405–1424.
- Wulandari, O. A. D. (2023). Sosialisasi Dan Pelatihan Pembuatan Sertifikasi Halal Bagi Produk UMKM Di Purbalingga. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 2(2), 116–121.
- Yang, M., Jaafar, N., Mamun, A. A., Salameh, A. A., & Nawi, N. C. (2022). Modelling the Significance of Strategic Orientation for Competitive Advantage and Economic Sustainability: The Use of Hybrid SEM–neural Network Analysis. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1).
- Yang, S. (2019). Do Traditional Market Consumers Care About the Halal Meat Label? A Case Study in Taiwan. *International Food and Agribusiness Management Review*, 22(5), 781–794.