

“Optimalisasi Pemberdayaan UMKM Halal Melalui Sertifikasi dan Digitalisasi Pemasaran”

Nagita Aulia *¹

Kanaya Audy ²

Hazki Ziadatur Rizki ³

Lina Marlina⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi Tasikmalaya, Indonesia

*e-mail: 231002139@student.unsil.ac.id¹, 231002166@student.unsil.ac.id²,
231002167@student.unsil.ac.id³, linamarlina@gmail.com

Abstrak

UMKM halal di Indonesia menghadapi permasalahan empiris berupa rendahnya tingkat sertifikasi halal dan terbatasnya jangkauan pasar akibat minimnya literasi digital di kalangan pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi optimalisasi pemberdayaan UMKM halal melalui sinergi antara sertifikasi halal dan digitalisasi pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*), melalui pengumpulan data sekunder dari jurnal, buku, dan laporan lembaga resmi yang relevan. Data dianalisis secara kualitatif dengan menelaah temuan dari berbagai literatur untuk mengidentifikasi peran sertifikasi halal dan digitalisasi pemasaran dalam meningkatkan daya saing UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen dan legalitas produk, sedangkan digitalisasi pemasaran memperluas akses pasar dan menekan biaya promosi. Integrasi keduanya menjadi strategi sinergis yang efektif dalam memperkuat posisi UMKM halal di Indonesia. Penelitian ini memberikan implikasi bagi pemerintah dan lembaga terkait untuk memperkuat program sertifikasi halal gratis (*Sehati*) dan literasi digital secara masif dan berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM Halal, Sertifikasi Halal, Digitalisasi Pemasaran, Pemberdayaan, Ekonomi Syariah.

Abstract

Halal MSMEs in Indonesia face an empirical problem of low halal certification rates and limited market reach due to a lack of digital literacy among business owners. This study aims to formulate a strategy to optimize Halal MSME empowerment through the synergy between halal certification and marketing digitalization. The research employs a descriptive qualitative method with a library research approach, collecting secondary data from journals, books, and official institutional reports. The data were qualitatively analyzed by reviewing relevant literature to identify the role of halal certification and marketing digitalization in improving MSME competitiveness. The results show that halal certification increases consumer trust and product legality, while marketing digitalization expands market access and reduces promotional costs. The integration of both serves as an effective synergistic strategy to strengthen the position of Halal MSMEs in Indonesia. This study implies the need for the government and related institutions to strengthen the free halal certification (*Sehati*) program and digital literacy initiatives on a large and sustainable scale.

Keywords: Halal MSMEs, Halal Certification, Marketing Digitalization, Empowerment, Islamic Economics.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri halal di Indonesia menunjukkan tren yang semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi Muslim dunia dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk yang aman, sehat, dan sesuai syariat. Indonesia, sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar untuk menjadi pusat ekonomi halal global. Salah satu aktor penting dalam pengembangan industri halal adalah Usaha Mikro Kecil (Syahidin, M. Nator, and Agus Hermanto 2024), dan Menengah (UMKM). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2024), UMKM berkontribusi sebesar 61,9% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap hingga 97% tenaga kerja. Namun, di tengah besarnya potensi tersebut, masih terdapat berbagai permasalahan dalam upaya optimalisasi peran UMKM halal, terutama terkait literasi halal, keterbatasan akses pembiayaan syariah, dan rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk.

Kajian literatur menunjukkan bahwa sertifikasi halal merupakan elemen strategis dalam memperkuat kepercayaan konsumen dan daya saing produk (Anwar et al. 2025). Sertifikasi halal tidak hanya menjadi simbol kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga bentuk tanggung jawab moral dan spiritual pelaku usaha dalam menjamin kehalalan produk. Namun, studi oleh (Rahmanita, Dwiyantri, and Nurhamidah 2023) menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih mengalami kendala dalam proses sertifikasi, terutama biaya dan kompleksitas administrasi. Di sisi lain, penelitian oleh (Rina Samsiyah et al. 2025) menekankan pentingnya strategi pemberdayaan yang memadukan sertifikasi halal dengan inovasi digital marketing agar UMKM dapat memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi usaha. Kesenjangan penelitian yang ada menunjukkan bahwa sebagian besar studi masih membahas sertifikasi halal dan digitalisasi pemasaran secara terpisah, belum banyak yang mengintegrasikan keduanya dalam kerangka pemberdayaan UMKM halal secara menyeluruh. Padahal, dalam situasi ekonomi yang semakin kompetitif, kombinasi antara sertifikasi halal dan digitalisasi pemasaran berpotensi menjadi strategi sinergis yang efektif dalam memperkuat posisi UMKM halal, baik di pasar domestik maupun internasional. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menutup kesenjangan tersebut dengan mengkaji secara komprehensif bagaimana sertifikasi halal dan digitalisasi pemasaran dapat dioptimalkan dalam upaya pemberdayaan UMKM halal berbasis ekonomi syariah.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini menitikberatkan pada konsep pemberdayaan ekonomi sebagai proses peningkatan kapasitas dan kemandirian pelaku UMKM untuk mengakses sumber daya, peluang, dan pasar secara adil dan berkelanjutan. Pemberdayaan ekonomi dalam konteks halal tidak hanya berarti peningkatan ekonomi, tetapi juga peneguhan nilai-nilai etis dan spiritual dalam aktivitas bisnis. Melalui pendekatan studi literatur, penelitian ini menelaah temuan-temuan empiris dari berbagai sumber primer dan mutakhir untuk membangun argumentasi ilmiah yang mendukung optimalisasi strategi pemberdayaan UMKM halal. Tujuan penelitian ini adalah untuk (1) menganalisis peran sertifikasi halal dalam meningkatkan kepercayaan dan daya saing UMKM halal, (2) mengidentifikasi manfaat digitalisasi pemasaran dalam memperluas jangkauan pasar UMKM, serta (3) merumuskan strategi pemberdayaan UMKM halal yang berkelanjutan melalui integrasi keduanya. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan ilmu ekonomi syariah serta kontribusi praktis bagi pemerintah, lembaga keuangan syariah, dan pelaku UMKM dalam memperkuat ekosistem industri halal nasional. Berdasarkan kajian dan tujuan tersebut, hipotesis penelitian ini adalah: "Integrasi antara sertifikasi halal dan digitalisasi pemasaran berpengaruh positif terhadap peningkatan pemberdayaan dan daya saing UMKM halal di Indonesia." Berdasarkan permasalahan dan tujuan tersebut, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui analisis literatur yang relevan dengan topik sertifikasi halal, digitalisasi pemasaran, dan pemberdayaan UMKM halal

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka (library research). Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, dan laporan lembaga resmi yang relevan dengan topik sertifikasi halal, digitalisasi pemasaran, dan pemberdayaan UMKM halal. Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur, seleksi sumber yang kredibel, serta klasifikasi hasil temuan ke dalam tema utama penelitian. Analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui proses reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan untuk menggambarkan hubungan antara sertifikasi halal dan digitalisasi pemasaran dalam meningkatkan daya saing serta pemberdayaan UMKM halal di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Halal sebagai Pilar Strategis dan Akselerator Ekonomi Syariah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama diakui sebagai fondasi vital perekonomian nasional, yang perannya semakin strategis, bahkan dalam menghadapi berbagai tantangan, termasuk dampak pandemi (Hakim 2021). Dalam konteks ekonomi syariah, UMKM

Halal memegang posisi kunci sebagai akselerator, karena secara langsung mendukung pencapaian visi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia. UMKM yang beroperasi di sektor halal wajib memastikan seluruh aktivitasnya dari bahan baku, proses produksi, hingga produk akhir memenuhi standar syariat Islam. Perkembangan pasar global dan domestik menunjukkan bahwa Sertifikasi Halal bukan lagi sekadar pilihan, melainkan sebuah kebutuhan strategis dan tuntutan regulasi (UU No. 33 Tahun 2014). Tuntutan ini muncul karena adanya tantangan dan strategi pemasaran produk halal di Indonesia yang harus didukung oleh jaminan kualitas dan legalitas yang kuat (Muhammad Nizar and Antin Rakhmawati 2022). Dengan demikian, kepemilikan sertifikat halal menjadi kunci penting untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pangsa pasar.

Optimalisasi Pemberdayaan Melalui Sertifikasi Halal: Tantangan dan Kebutuhan

Optimalisasi pemberdayaan UMKM Halal menuntut adanya pemenuhan prinsip-prinsip dasar legalitas, salah satunya melalui Sertifikasi Halal. Sertifikasi telah terbukti menjadi langkah krusial dalam program pemberdayaan, memberikan akses pasar yang lebih luas dan meningkatkan kredibilitas produk (Anwar et al. 2025). Proses sertifikasi halal yang difasilitasi oleh pemerintah mencakup Survei Produk, Pendaftaran Online (SIHALAL), Pendampingan, hingga Penerbitan Sertifikat oleh BPJPH. Meskipun demikian, pemberdayaan UMKM masih menghadapi dua tantangan utama:

1. Hambatan Administratif dan Finansial: Mayoritas UMKM mikro masih terkendala oleh prosedur yang dianggap rumit, dan bagi UMKM menengah, biaya yang relatif tinggi, meskipun terdapat program sertifikasi gratis (Sehati).
2. Keterbatasan Literasi Digital: Banyak UMKM yang belum mampu mengoptimalkan teknologi dalam usahanya, sehingga pemasaran masih bersifat konvensional dan berfokus pada pasar lokal.

Sinergi Strategis: Mengintegrasikan Sertifikasi dan Digitalisasi Pemasaran

Untuk menutup kesenjangan antara potensi dan realita, optimalisasi pemberdayaan harus dicapai melalui sinergi strategis antara Sertifikasi Halal dan Digitalisasi Pemasaran. Pemberdayaan usaha secara umum selalu berupaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kemandirian (Asmawati 2015), dan di era kini, hal itu tidak terlepas dari teknologi. Sertifikasi Halal harus dipandang sebagai fondasi kualitas (supply side) yang menjamin produk telah memenuhi standar syariah dan meningkatkan kepercayaan. Sementara itu, Digitalisasi Pemasaran (penggunaan e-commerce dan media sosial) berfungsi sebagai akselerator jangkauan (demand side) yang memastikan produk berkualitas tersebut didistribusikan secara efisien dan masif.

Dampak Optimalisasi Sinergi Terhadap Daya Saing dan Kesejahteraan UMKM

Penerapan strategi pemberdayaan UMKM melalui dukungan modal usaha dan pembinaan berkelanjutan memberikan dampak positif terhadap peningkatan produktivitas, daya saing, dan kesejahteraan masyarakat. Bantuan modal yang disalurkan pemerintah tidak hanya membantu pelaku UMKM menambah kapasitas produksi dan memperluas skala usaha, tetapi juga mendorong tumbuhnya kegiatan ekonomi lokal melalui peningkatan permintaan terhadap bahan baku, tenaga kerja, dan jaringan pemasok di sekitar wilayah usaha. Salah satu bentuk implementasi strategi tersebut adalah Program Dua Miliar Satu Kecamatan (Dumisake) di Provinsi Jambi, yang menyalurkan bantuan bagi ribuan pelaku UMKM sejak tahun 2022. Program ini memperlihatkan hasil yang signifikan, di mana pada tahun 2023 jumlah penerima bantuan mencapai lebih dari 3.000 UMKM. Melalui program ini, pemerintah berhasil meningkatkan produktivitas sektor usaha kecil sekaligus memperkuat perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Bantuan modal juga berdampak pada peningkatan kualitas hidup masyarakat dari berbagai lapisan sosial ekonomi. Masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki akses terhadap pembiayaan

kini dapat memulai usaha mandiri, mengurangi ketergantungan pada pekerjaan informal, dan menciptakan lapangan kerja baru. Selain itu, peningkatan pendapatan dan pengelolaan usaha yang lebih baik memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan finansial keluarga serta peningkatan daya beli masyarakat. Secara tidak langsung, strategi optimalisasi pemberdayaan UMKM melalui bantuan modal usaha berperan penting dalam mengurangi kemiskinan, memperluas kesempatan kerja, dan meningkatkan standar hidup masyarakat secara berkelanjutan. (Hakim 2021)

Akses Pembiayaan dan Inklusi Keuangan Syariah bagi UMKM Halal

1. Konsep UMKM Halal

UMKM halal merupakan unit usaha berskala kecil hingga menengah yang beroperasi dengan memproduksi atau mendistribusikan barang dan jasa sesuai prinsip-prinsip syariah Islam. Dalam konteks Indonesia, UMKM halal memiliki peran strategis dalam memperkuat perekonomian umat dan mendukung pertumbuhan sektor halal nasional yang sedang digalakkan pemerintah. Berdasarkan data dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) hingga akhir tahun 2023, tercatat hanya sekitar 12% UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal, meskipun mayoritas bergerak di bidang makanan dan minuman. Oleh karena itu, peningkatan akses terhadap pembiayaan syariah menjadi salah satu faktor kunci dalam mempercepat proses sertifikasi serta mendorong profesionalisasi UMKM halal di Indonesia.

2. Prinsip dan Mekanisme Pembiayaan Syariah

Bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Islam yang menekankan keadilan ('adl), kemitraan (syirkah), serta larangan terhadap praktik riba, gharar (ketidakpastian), dan maisir (spekulasi). Beberapa akad pembiayaan yang umum digunakan untuk mendukung pengembangan UMKM antara lain: Murabahah, yaitu akad jual beli dengan penambahan margin keuntungan yang disepakati bersama, dan merupakan jenis pembiayaan paling populer karena sederhana dan minim risiko. Musyarakah, yakni akad kerja sama di mana pihak bank dan nasabah sama-sama menyertakan modal serta berbagi keuntungan maupun risiko usaha.

3. Peran Pembiayaan Syariah dalam Pemberdayaan UMKM

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan berbasis syariah memiliki keunggulan dalam menciptakan keadilan sosial dan mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat kecil. Menurut sedinadia pembiayaan dengan akad musyarakah memberi ruang bagi pelaku UMKM untuk berinovasi tanpa terbebani bunga tetap. Sementara itu, (Collins et al. 2021) menemukan bahwa pembiayaan murabahah terbukti efektif dalam memenuhi kebutuhan modal kerja bagi pedagang kecil.

4. Literasi Keuangan Syariah dan Aksesibilitas UMKM

Tingkat literasi keuangan syariah berperan penting dalam menentukan keberhasilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan syariah. mencatat bahwa banyak pelaku UMKM masih belum memahami prinsip dasar pembiayaan syariah, sehingga ragu untuk mengakses layanan tersebut. Kondisi ini diperparah dengan minimnya edukasi dan pendampingan dari lembaga keuangan maupun otoritas terkait. Hasil penelitian Widodo dan Lestari (2023) menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah sebesar 1% dapat meningkatkan partisipasi UMKM dalam pembiayaan syariah sebesar 0,45%.

5. Inklusi Keuangan Syariah dan Ekonomi Halal

Inklusi keuangan syariah mencerminkan upaya untuk menyediakan akses layanan keuangan berbasis syariah bagi seluruh lapisan masyarakat, termasuk kelompok marginal dan pelaku UMKM. Peningkatan inklusi keuangan syariah dianggap sebagai prasyarat penting untuk memperluas basis ekonomi halal nasional. Berdasarkan laporan World Bank (2022), UMKM yang memperoleh pembiayaan dari lembaga keuangan syariah menunjukkan peningkatan daya saing hingga 15% dibandingkan pelaku usaha yang mengandalkan modal pribadi. (Khairul Anwar pulungan 2023)

KESIMPULAN

UMKM halal memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Melalui penerapan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, kemitraan, dan keberkahan usaha, UMKM halal tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian nasional, tetapi juga mendukung kesejahteraan masyarakat. Penguatan sektor ini membutuhkan sinergi antara berbagai aspek, seperti literasi dan inklusi keuangan syariah, pembiayaan berbasis akad, serta pemahaman yang mendalam terhadap konsep industri halal yang berlandaskan nilai halalan tayyiban. Optimalisasi strategi pemberdayaan melalui sertifikasi halal, digitalisasi pemasaran, dan akses pembiayaan syariah terbukti mampu meningkatkan daya saing UMKM. Pelaku usaha yang memanfaatkan fasilitas pembiayaan syariah dapat mengembangkan produk yang lebih inovatif, memperluas pasar, dan membangun kepercayaan konsumen. Sementara itu, peningkatan literasi keuangan dan inklusi syariah membuka peluang yang lebih luas bagi pelaku UMKM untuk berkembang secara mandiri dan profesional.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Choirul, Sepia Hartiningsih, Muhammad Ichdal Umam, Hanun Tsabita, and Mujib Sahli. 2025. "Pemberdayaan Umkm Melalui Sertifikasi Halal Guna" 5 (1): 18-24.
- Asmawati. 2015. "Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Sebagai Upaya Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Pedesaan Di Masyarakat Kecamatan Manyaran Kabupaten Wonoguru." *Seminar Nasional Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan* 1 (2): 84-93.
- Collins, Sean P, Alan Storrow, Dandan Liu, Cathy A Jenkins, Karen F Miller, Christy Kampe, and Javed Butler. 2021. "Peran Pembiayaan Syariah Dalam Pengembangan UMKM Di Indonesia" 10 (2): 167-86.
- Hakim, Lukmanul. 2021. "Potensi UMKM Dalam Membangun Perekonomian Yang Terdampak Pandemi." *INSIGHT : Islamic Economy Bulletin*, 14-15.
- Khairul Anwar pulungan, Edisah Putra Nainggolan. 2023. "Al-Ihsan : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Syariah." *Al-Ihsan : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Syariah* 01 (01): 01-05.
- Muhammad Nizar, and Antin Rakhmawati. 2022. "Tantangan Dan Strategi Pemasaran Produk Halal Di Indonesia." *Malia (Terakreditasi)* 13 (1): 123-40. <https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2872>.
- Rahmanita, Rahmanita, Nurul Fadila Dwiyaniti, and Nida Siti Nurhamidah. 2023. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Umkm Dalam Melakukan Sertifikasi Halal." *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues* 3 (2): 91-99. <https://doi.org/10.30653/ijma.202332.92>.
- Rina Samsiyah, Luluwatun Nazla, Silva Nur'aini, Frida Aprilya Saqina, and Lina Marlina. 2025. "Analisis Peluang, Tantangan, Dan Strategi Industri Halal Di Indonesia." *Journal of Economics and Business* 3 (1): 88-95. <https://doi.org/10.61994/econis.v3i1.352>.
- Syahidin, M. Nasor, and Agus Hermanto. 2024. "Pertumbuhan Industri Halal Berbasis Usaha Mikro Kecil (UMK)." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 7 (1): 144-52. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7\(1\).15736](https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7(1).15736).