

Urgensi Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen dan Daya Saing UMKM Keripik Tempe Krip Soy di Desa Dukuh Dempok

A. Wildan Usyaid Alifi¹, Fatimatuzzahro²

¹ Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

² Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

wildanusyaidalifi25@gmail.com, fatimatuzzahro475@gmail.com

Abstrak

Sertifikasi halal telah menjadi aspek penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena tidak hanya memastikan bahwa produk sesuai dengan syariat Islam, tetapi juga berperan signifikan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis urgensi sertifikasi halal bagi UMKM Krip Soy Keripik Tempe di Desa Dukuh Dempok, Kecamatan Wuluhan, serta mengkaji kontribusinya terhadap peningkatan kepercayaan konsumen dan daya saing produk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Data dianalisis melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sedangkan validitas data dijamin melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Temuan tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal sangat penting bagi UMKM Krip Soy karena berfungsi sebagai bentuk kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam, legalitas usaha, perlindungan konsumen, serta instrumen strategis untuk menjaga kelangsungan usaha. Selain itu, sertifikasi halal berkontribusi dalam memperkuat kepercayaan konsumen dengan menjamin status halal, keamanan, dan kualitas produk, sehingga mendorong loyalitas pelanggan dan pembelian berulang. Selain itu, sertifikasi halal meningkatkan daya saing produk dengan memperkuat citra bisnis, memperluas jangkauan pasar dan jaringan distribusi, serta menciptakan peluang yang lebih besar bagi pengembangan bisnis yang berkelanjutan. Oleh karena itu, sertifikasi halal berperan sebagai faktor strategis dalam mendukung pertumbuhan dan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Sertifikasi Halal, Kepercayaan Konsumen, Daya Saing Produk, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

PENDAHULUAN

Industri halal berkembang menjadi salah satu sektor strategis yang tidak hanya berorientasi pada pemenuhan syariat Islam, tetapi juga menjadi standar kualitas, keamanan, dan kepercayaan terhadap suatu produk. Bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), sertifikasi halal memiliki peran penting sebagai bentuk legalitas usaha sekaligus instrumen untuk meningkatkan nilai tambah produk (Hikmatul Hasanah, 2021). Di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap konsumsi produk halal, keberadaan sertifikat halal menjadi salah satu pertimbangan utama konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak lagi dipandang sebagai kewajiban administratif semata, melainkan sebagai strategi untuk membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif (Camelia, 2024).

Peningkatan kesadaran konsumen terhadap kehalalan produk mendorong pelaku UMKM untuk memenuhi standar halal dalam proses produksinya. Namun, kenyataannya masih banyak UMKM yang belum memiliki sertifikasi halal karena keterbatasan informasi, pemahaman prosedur, biaya, maupun pendampingan (Chasanah, 2023). Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pelaku usaha belum mampu memanfaatkan sertifikasi halal sebagai instrumen penguatan citra usaha dan perluasan pasar. Padahal, sertifikasi halal dapat memberikan jaminan terhadap kualitas, keamanan, dan kehalalan produk sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat posisi produk di tengah persaingan usaha (Nasrulloh, 2025).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen dan daya saing produk UMKM. Akan tetapi, sebagian besar penelitian masih didominasi oleh pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian atau loyalitas konsumen (Kusumaningtyas, 2024). Penelitian tersebut belum banyak mengungkap bagaimana pelaku UMKM memaknai urgensi sertifikasi halal, pengalaman mereka dalam proses sertifikasi, serta kontribusi sertifikasi halal terhadap keberlangsungan usaha dari perspektif pelaku usaha dan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan penelitian dengan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena tersebut (Alfi Chasanah, 2023).

UMKM Keripik Tempe Krip Soy di Desa Dukuh Dempok, Kecamatan Wuluhan merupakan salah satu usaha pangan lokal yang telah menerapkan sertifikasi halal sebagai upaya meningkatkan kualitas dan daya saing produknya. Meskipun

demikian, proses memperoleh sertifikasi halal tidak terlepas dari berbagai tantangan, seperti keterbatasan pemahaman mengenai prosedur sertifikasi, akses informasi, serta proses pemenuhan persyaratan administrasi (Sudarto, 2025). Kondisi ini menarik untuk dikaji karena memberikan gambaran mengenai implementasi sertifikasi halal pada UMKM di tingkat lokal serta dampaknya terhadap kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha (Shofiyah, 2022).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis urgensi sertifikasi halal bagi UMKM Keripik Tempe Krip Soy di Desa Dukuh Dempok serta mengkaji kontribusinya dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan kajian ekonomi syariah, khususnya mengenai implementasi sertifikasi halal pada UMKM, sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dan pemerintah dalam memperkuat pengembangan industri halal di tingkat daerah.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai urgensi sertifikasi halal dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk UMKM. Penelitian dilaksanakan pada UMKM Keripik Tempe Krip Soy yang berlokasi di Jalan Cempaka, Desa Dukuh Dempok, Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa UMKM Krip Soy telah memiliki sertifikasi halal sehingga relevan untuk mengkaji urgensi sertifikasi halal serta kontribusinya terhadap kepercayaan konsumen dan daya saing produk.

Subjek penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive* yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa informan tersebut memiliki informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Informan dalam penelitian ini terdiri atas pemilik UMKM Krip Soy, tiga orang karyawan, pendamping halal, dan tiga orang konsumen.

Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara terus terang dengan mengamati secara langsung aktivitas UMKM Krip Soy dan kondisi yang berkaitan dengan penerapan sertifikasi halal. Wawancara dilakukan secara mendalam kepada informan untuk memperoleh informasi mengenai urgensi sertifikasi halal bagi UMKM Krip Soy serta kontribusinya terhadap peningkatan kepercayaan konsumen dan daya saing produk. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa foto, dokumen, dan arsip yang berkaitan dengan aktivitas usaha dan sertifikasi halal UMKM Krip Soy.

Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dikumpulkan kemudian direduksi dengan memilih dan memfokuskan informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan secara sistematis untuk memudahkan pemahaman terhadap temuan penelitian, kemudian dilakukan penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari pemilik UMKM, karyawan, pendamping halal, dan konsumen, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Tahapan penelitian terdiri atas tiga tahap, yaitu tahap sebelum di lapangan, tahap pelaksanaan penelitian, dan tahap penyelesaian. Tahap sebelum di lapangan meliputi pemilihan lokasi penelitian, observasi awal, penyusunan proposal, konsultasi dengan dosen pembimbing, dan pengurusan perizinan. Tahap pelaksanaan dilakukan setelah memperoleh izin dari pemilik UMKM dengan melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tahap penyelesaian meliputi analisis data, penyusunan hasil penelitian, dan penarikan Kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Urgensi Sertifikasi Halal bagi UMKM Krip Soy

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki urgensi yang tinggi bagi UMKM Keripik Tempe Krip Soy di Desa Dukuh Dempok. Urgensi tersebut tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kewajiban syariat Islam, tetapi juga mencakup aspek legalitas usaha, perlindungan konsumen, serta peningkatan daya saing produk. Sebelum memperoleh sertifikasi halal, kepercayaan konsumen terhadap produk masih bergantung pada penjelasan pelaku usaha mengenai bahan baku dan proses produksi. Setelah sertifikat halal diperoleh, konsumen memiliki keyakinan yang lebih kuat karena terdapat jaminan resmi bahwa produk telah memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan.

Table 1. Urgensi Sertifikasi Halal

No	Faktor	Indikator	Hasil
1	Kewajiban Hukum berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal	Produk makanan dan minuman yang beredar wajib memiliki sertifikat halal resmi sebagai bentuk perlindungan konsumen Muslim	UMKM Krip Soy mengurus sertifikasi halal agar memenuhi ketentuan hukum, memiliki legalitas usaha yang jelas, serta terhindar dari hambatan dalam pemasaran produk
2	Mayoritas Konsumen Indonesia Beragama Islam	Konsumen lebih memilih produk yang memiliki label halal karena dianggap aman, bersih, dan sesuai syariat Islam	Konsumen Krip Soy menjadi lebih percaya dan tidak ragu membeli setelah adanya sertifikat halal, sehingga meningkatkan loyalitas

No	Faktor	Indikator	Hasil
3	Meningkatkan Kepercayaan Konsumen	Label halal menjadi bukti bahwa bahan baku, proses produksi, dan distribusi telah sesuai standar halal	pelanggan Produk Krip Soy lebih mudah diterima oleh konsumen, pelanggan lebih yakin, dan pembelian ulang menjadi lebih sering terjadi
4	Meningkatkan Saing Produk	Produk bersertifikat halal memiliki nilai tambah dibandingkan produk tanpa sertifikasi, baik dalam pemasaran maupun persaingan usaha	Krip Soy lebih mudah masuk ke toko-toko, pusat oleh-oleh, dan memiliki peluang pasar lebih luas dibandingkan UMKM lain yang belum memiliki sertifikat halal

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis, 2026

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa proses sertifikasi halal menjadi lebih mudah melalui program sertifikasi halal gratis (self declare) dengan pendampingan dari pendamping halal. Pendampingan tersebut membantu pelaku usaha dalam melengkapi persyaratan administrasi, memverifikasi bahan baku, serta memastikan proses produksi sesuai dengan standar halal. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi sertifikasi halal tidak hanya dipengaruhi oleh kesadaran pelaku usaha, tetapi juga oleh dukungan pemerintah dan lembaga pendamping.

Temuan tersebut sejalan dengan teori urgensi yang menyatakan bahwa suatu kebijakan menjadi penting ketika memberikan pengaruh langsung terhadap keberlangsungan suatu aktivitas. Pada UMKM Krip Soy, sertifikasi halal terbukti menjadi kebutuhan strategis karena meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat legalitas usaha, serta memperluas peluang pemasaran. Selain itu, hasil penelitian ini mendukung penelitian Sigit Apriansyah yang menyatakan bahwa sertifikasi halal memiliki urgensi tinggi bagi UMKM karena berkaitan dengan aspek religius, legalitas, dan keberlanjutan usaha.

Kontribusi Sertifikasi Halal terhadap Kepercayaan Konsumen

Penelitian ini menemukan bahwa sertifikasi halal memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM Krip Soy. Keberadaan label halal memberikan rasa aman dan keyakinan kepada konsumen bahwa produk telah diproses menggunakan bahan baku halal, diproduksi secara higienis, serta memenuhi ketentuan syariat Islam. Kondisi tersebut mendorong meningkatnya loyalitas pelanggan, pembelian ulang, serta rekomendasi produk kepada konsumen lain.

Table 2. Sertifikat Halal Berkontribusi dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen

No	Faktor	Indikator	Hasil
1	Amanah	Pemilik usaha menjaga kehalalan bahan baku, proses produksi sesuai syariat, serta memberikan jaminan halal melalui sertifikasi resmi	Konsumen merasa lebih percaya karena produk dinilai aman, halal, dan produsen dianggap mampu menjaga kepercayaan pelanggan
2	Shiddiq	Keterbukaan informasi mengenai bahan baku, proses produksi, dan kejujuran dalam mencantumkan label halal resmi pada produk	Konsumen tidak merasa ragu terhadap produk, lebih yakin untuk membeli, serta menilai UMKM Krip Soy sebagai usaha yang jujur dan terpercaya
3	'Adl	Semua konsumen memperoleh produk dengan kualitas yang sama, jaminan halal yang sama, serta hak mendapatkan produk yang aman dan layak dikonsumsi	Konsumen merasa diperlakukan secara adil, merasa dihargai sebagai pembeli, dan lebih loyal terhadap produk Krip Soy
4	Mas'uliyah	Tanggung jawab pelaku usaha dalam menjaga kebersihan tempat produksi, alat produksi, kualitas produk, dan keberlanjutan standar halal	Konsumen melihat produsen sebagai usaha yang profesional dan bertanggung jawab sehingga tingkat kepercayaan terhadap produk semakin meningkat

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis, 2026

Kepercayaan konsumen dalam penelitian ini tercermin melalui penerapan nilai-nilai ekonomi Islam, yaitu amanah, shiddiq, 'adl, dan mas'uliyah. Nilai amanah terlihat dari komitmen pelaku usaha dalam menjaga kehalalan produk, shiddiq tercermin melalui keterbukaan informasi mengenai bahan baku dan proses produksi, 'adl diwujudkan melalui pemberian produk yang berkualitas kepada seluruh konsumen tanpa membedakan pelanggan, sedangkan mas'uliyah tampak pada tanggung jawab pelaku usaha dalam menjaga kebersihan proses produksi dan mempertahankan standar halal secara berkelanjutan. Keempat nilai tersebut membentuk hubungan saling percaya antara produsen dan konsumen sehingga memperkuat citra positif UMKM Krip Soy.

Temuan ini sejalan dengan teori kepercayaan konsumen Taylor dan Hunter yang menjelaskan bahwa kepercayaan dibangun melalui konsistensi kualitas, kejujuran informasi, dan kepastian produk yang diterima konsumen. Sertifikasi halal

menjadi bukti formal yang memperkuat persepsi tersebut sehingga konsumen tidak hanya percaya terhadap produk, tetapi juga terhadap integritas pelaku usaha. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Ratna Oktavina Rizky, Lailatul Qadaryah, dan Sarkawi yang menyatakan bahwa sertifikasi halal berperan dalam meningkatkan kualitas produk sekaligus memperkuat kepercayaan konsumen.

Kontribusi Sertifikasi Halal terhadap Daya Saing Produk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal berkontribusi dalam meningkatkan daya saing produk UMKM Krip Soy. Sertifikasi halal mendorong pelaku usaha menerapkan proses produksi yang lebih terstandar, meningkatkan kualitas bahan baku, menjaga kebersihan tempat produksi, serta memperbaiki kemasan produk. Perubahan tersebut menghasilkan produk yang lebih konsisten, memiliki kualitas yang lebih baik, dan lebih mudah diterima oleh konsumen maupun mitra pemasaran.

Table 3. Sertifikasi Halal Berkontribusi dalam Meningkatkan Daya Saing

No	Faktor	Indikator	Hasil
1	Tingkat Efisiensi dan Produktivitas dalam Proses Produksi	Penggunaan bahan baku yang jelas, proses produksi teratur, kebersihan terjaga, serta waktu produksi lebih efektif	Produksi UMKM Krip Soy menjadi lebih sistematis, mengurangi kesalahan produksi, menjaga konsistensi hasil, dan meningkatkan produktivitas usaha
2	Kualitas serta Mutu Produk	Pemilihan bahan baku berkualitas, kebersihan alat produksi, pengemasan yang higienis, dan standar mutu produk yang konsisten	Produk Krip Soy lebih terjamin kualitasnya, lebih dipercaya konsumen, serta lebih mudah diterima oleh toko-toko dan pusat oleh-oleh
3	Pelayanan (Termasuk Kepercayaan dan Sertifikasi Halal)	Adanya label halal resmi, keterbukaan informasi produk, kemudahan konsumen dalam memperoleh kepastian halal, dan hubungan baik dengan mitra toko	Konsumen lebih percaya, keputusan pembelian lebih cepat, loyalitas pelanggan meningkat, dan produk lebih mudah dipasarkan
4	Inovasi	Perbaikan kemasan, pencantuman label halal, peningkatan branding produk, dan strategi pemasaran yang lebih modern	Produk Krip Soy terlihat lebih profesional, memiliki nilai jual lebih tinggi, dan mampu bersaing dengan produk sejenis di pasar
5	Modal dan Sarana serta Prasarana	Tempat produksi yang bersih, alat produksi higienis, penyimpanan bahan baku teratur, serta kesiapan fasilitas usaha	Proses produksi menjadi lebih layak dan profesional, kepercayaan konsumen meningkat, serta usaha lebih siap berkembang secara berkelanjutan
6	Jaringan Distribusi	Produk masuk ke toko-toko, pusat oleh-oleh, pasar luar desa, serta penjualan langsung di tempat produksi	Penjualan meningkat, pasar semakin luas, produk lebih dikenal masyarakat, dan daya saing usaha semakin kuat

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis, 2026

Selain meningkatkan kualitas internal usaha, sertifikasi halal juga memperluas akses pasar. Produk Krip Soy lebih mudah dipasarkan melalui toko-toko, pusat oleh-oleh, serta menjangkau konsumen di luar wilayah Desa Duku Dempok karena telah memiliki legalitas yang menjadi salah satu persyaratan pemasaran. Keberadaan label halal juga memperkuat citra usaha dan menjadi nilai tambah yang membedakan produk Krip Soy dari produk sejenis yang belum memiliki sertifikasi halal.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kontribusi sertifikasi halal terhadap daya saing tidak hanya terlihat pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada efisiensi proses produksi, inovasi kemasan, penguatan branding, serta perluasan jaringan distribusi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal berfungsi sebagai instrumen strategis yang mendukung keberlanjutan usaha sekaligus memperkuat posisi kompetitif UMKM di tengah persaingan pasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori daya saing Ambastha dan Momaya yang menegaskan bahwa daya saing dipengaruhi oleh kemampuan usaha dalam mengelola kualitas produk, efisiensi operasional, inovasi, serta perluasan pasar. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya menjadi bentuk kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga menjadi strategi bisnis yang mampu meningkatkan nilai tambah produk, memperkuat kepercayaan konsumen, dan mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki urgensi yang tinggi bagi UMKM Keripik Tempe Krip Soy di Desa Dukuh Dempok karena tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kewajiban syariat Islam, tetapi juga sebagai bentuk legalitas usaha, perlindungan konsumen, serta strategi dalam menjaga keberlangsungan usaha. Keberadaan sertifikasi halal memberikan jaminan bahwa proses produksi, bahan baku, dan distribusi produk telah sesuai dengan ketentuan syariat Islam sehingga mampu meningkatkan kredibilitas usaha di mata masyarakat. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak lagi dipandang sebagai sekadar persyaratan administratif, melainkan sebagai kebutuhan strategis dalam pengembangan UMKM.

Selain itu, sertifikasi halal terbukti memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk UMKM Krip Soy. Label halal memberikan rasa aman, keyakinan, dan kepastian terhadap kualitas produk sehingga mendorong loyalitas konsumen serta pembelian ulang. Dari sisi daya saing, sertifikasi halal meningkatkan nilai tambah produk melalui penguatan citra usaha, branding, perluasan jaringan pemasaran, dan peningkatan peluang memasuki pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, sertifikasi halal menjadi instrumen strategis yang mendukung peningkatan daya saing sekaligus memperkuat keberlanjutan usaha UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pemilik dan seluruh pihak UMKM Keripik Tempe Krip Soy, pendamping halal, serta para konsumen yang telah bersedia memberikan informasi dan membantu selama proses pengumpulan data. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing dan pihak Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan arahan dan dukungan dalam penyelesaian penelitian ini. Semoga segala bantuan dan kontribusi yang diberikan mendapat balasan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Tri Wahyu. *Bisnis Mikro, Kecil dan Menengah*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2021.
- Adinugraha, H. H., et al. *Perkembangan industri halal di Indonesia*. Pekalongan: Scientist Publishing, 2022.
- Arwildayanto. *Manajemen Daya Saing Perguruan Tinggi*. Bandung: CV Cendekia Press, 2020.
- Camelia, Ica, Listian Indriyani Achmad, M. H. Ainulyaqin, dan S. Edy. "Analisis Peran Sertifikasi Halal pada Bisnis UMKM Kabupaten Bekasi." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 2 (2024).
- Chasanah, Alfi. "Kesadaran Masyarakat terhadap Pentingnya Sertifikasi Halal pada UMKM Produk Makanan di Desa Singajaya: UMKM Aulia Desa Singajaya." *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung* 3, no. 5 (2023).
- Fatimatuzzahro. "Prinsip-Prinsip Bisnis Syariah." Dalam *Manajemen Bisnis Syariah*, disunting oleh Safarinda Imani, 16–18. Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2022.
- Hasanah, Hikmatul. "Industri Halal sebagai Sistem Pendukung *Sustainable Development Goals* di Era *Society 5.0*." *Lan Tabur: Jurnal Ekonomi Syari'ah* 4, no. 1 (2022).
- Kusumaningtyas, Dita Pratiwi, Faricha Maf'ula, Fakhruddin Arrozi, dan Muhammad Ramizal Syahidin. "Urgensi Sertifikasi Halal dan Dampaknya terhadap UMKM: Studi Kasus pada UMKM Sedap T-Rasya Lamongan." *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2024).
- Mustofa, Bagus Hadi, dan Luhur Prasetyo. "Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Sertifikasi Halal di Kabupaten Ponorogo." *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2023).
- Nasrulloh, Ilyas Agung, dan Mei Santi. "Sertifikasi Halal dan Tantangannya bagi UMKM Kuliner." *EKSYAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam* 12, no. 1 (2025).
- Shofiyah, Rosyidatush, dan Lailatul Qadariyah. "Pemaknaan Sertifikasi Halal bagi Pelaku UMKM Sektor Pangan yang Telah Bersertifikat Halal di Kabupaten Bangkalan." *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis* 5, no. 2 (2022).
- Sudarto, Aye, dan Zainal Arifin. "Implikasi Sertifikasi Halal dalam Manajemen Usaha UMKM Sektor Pangan dan Minuman." *Kafalah: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Keuangan Syariah* 2, no. 2 (2025).

Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.

Supardi. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: UII Press Yogyakarta, 2005.

Syaifudin, Muhammad Raihan, dan Fakhрина Fahma. “Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal terhadap Pendapatan Usaha UMKM Mendoan Ngapak.” *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri* 21, no. 1 (2022).

Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Press, 2024.

Yuwana, Siti Indah Purwaning, dan Hikmatul Hasanah. “Literasi Produk Bersertifikasi Halal dalam Rangka Meningkatkan Penjualan pada UMKM.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)* 1, no. 2 (2021).