

PEMBERDAYAAN PELAKU UMKM PANGAN MELALUI SOSIALISASI DAN PENDAMPINGAN SERTIFIKASI HALAL DI TULUNGAGUNG

Fatwa Adhma Khoiri¹, Doni Fitriyanto², Triestina Melani³

^{1,2,3}UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

[1Fatwa_adhma@uinsatu.ac.id](mailto:Fatwa_adhma@uinsatu.ac.id), [2Doni_fitriyanto@uinsatu.ac.id](mailto:Doni_fitriyanto@uinsatu.ac.id), [3tristinamelani@gmail.com](mailto:tristinamelani@gmail.com)

Article History:

Received: 02-09-2025

Revised: 25-09-2025

Accepted: 11-10-2025

Keywords: *Empowerment, MSMEs, Socialization, Halal Certificate.*

Abstract:

This community service activity aims to improve the knowledge and capacity of food-sector Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Tulungagung Regency in applying for halal certification. The program employed the Asset-Based Community Development (ABCD) approach by identifying existing assets, building networks, and providing targeted training. Activities were conducted from August to October 2024 and consisted of socialization and assistance sessions. In the socialization stage, participants gained insights into Jaminan Produk Halal (JPH) policies, regulations, Sharia requirements, ingredients, and halal production processes. In the assistance stage, MSMEs were guided in preparing documents and submitting both self-declare and regular halal certification applications. Evaluation results indicated a significant increase in participants' understanding, from an average of 34.7% to 85.1%. Furthermore, several MSMEs successfully obtained halal certificates, demonstrating tangible program outcomes. These results are expected to strengthen the competitiveness of MSME food products in local and national markets. Future activities are recommended to broaden support for regular certification and sustain the development of a sharia-based economy in Indonesia.

PENDAHULUAN

Pada tahun 2022, *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC) melaporkan bahwa jumlah penduduk Muslim di Indonesia mencapai sekitar 237,56 juta jiwa. Angka ini menempatkan Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, mengungguli Pakistan yang memiliki sekitar 213,27 juta Muslim. Secara global, populasi Muslim Indonesia tersebut setara dengan 12,30% dari total penduduk Muslim dunia yang berjumlah sekitar 1,93 miliar jiwa. Sementara itu, secara nasional, penduduk Muslim di Indonesia mencakup sekitar 86,7% dari keseluruhan populasi negara. Besarnya jumlah penduduk muslim memberikan dampak pada pentingnya sertifikasi produk halal di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan umat muslim memiliki ketentuan syariah mengenai halal dan haram yang tidak terpisahkan dari ajaran Islam khususnya pada produk makanan, minuman dan obat yang merupakan kebutuhan rumah tangga dengan paling banyak dikonsumsi oleh penduduk Indonesia.

Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Agama, telah mendirikan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang bertugas mengelola sertifikasi produk halal sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku, termasuk Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014. BPJPH memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa produk-produk yang beredar di Indonesia sudah terjamin kehalalannya. Selain itu, sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 mengenai Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor makanan dan minuman diwajibkan memperoleh sertifikat halal paling lambat Oktober 2026. Hal ini sangat penting terutama bagi UMKM yang beroperasi di Kabupaten Tulungagung agar produk mereka memenuhi standar kehalalan sebelum batas waktu tersebut.

Terdapat beberapa teori yang bisa diterapkan untuk mengkaji dan memahami sertifikasi halal dari berbagai perspektif, termasuk ekonomi, sosial, agama dan manajemen. Dalam perspektif ekonomi, salah satu teori yang memiliki peran penting dalam ilmu ekonomi adalah teori keunggulan kompetitif. Dalam teori keunggulan kompetitif memberikan wawasan tentang bagaimana perusahaan/sebuah usaha dapat bersaing secara efektif dan mempertahankan posisinya di pasar. Menurut Porter ada dua jenis keunggulan kompetitif utama: keunggulan biaya (cost advantage) dan diferensiasi (differentiation)(Porter & Agus Maulana, 1996). Keunggulan biaya dicapai melalui efisiensi operasional dan pengendalian biaya, sementara diferensiasi dicapai melalui menawarkan produk atau layanan unik yang dihargai oleh pelanggan. Sertifikasi halal bisa menjadi salah satu sumber keunggulan kompetitif, terutama di pasar dengan populasi Muslim yang signifikan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tieman menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM (Tieman, 2011). Sertifikasi halal berperan penting dalam memperkuat reputasi dan menarik minat pasar, khususnya dari konsumen Muslim yang mengutamakan kehalalan produk (Azis et al., 2024) Dengan adanya sertifikat halal, produk tersebut memiliki nilai lebih di mata konsumen Muslim yang memperhatikan aspek kehalalan, sehingga mampu meningkatkan daya saingnya di pasar.

Dalam perspektif sosial, teori legitimasi merupakan konsep penting dalam ilmu sosial. Menurut Suchman, legitimasi merujuk pada persepsi atau keyakinan luas bahwa tindakan suatu entitas sejalan dengan norma, nilai, kepercayaan, serta definisi yang diakui dan diterima oleh masyarakat secara sosial (Suchman, 1995). Dalam konteks bisnis, legitimasi mencerminkan sejauh mana perusahaan dianggap sah dan dapat diterima oleh masyarakat atau komunitas tertentu. Dengan memperoleh sertifikasi halal, perusahaan menunjukkan komitmen mereka terhadap nilai-nilai dan norma Islam, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan dari konsumen Muslim. Legitimasi tidak hanya berperan dalam menciptakan citra positif, tetapi juga sangat krusial untuk menghindari potensi penolakan di pasar yang sangat menekankan aspek kehalalan produk.

Dalam perspektif agama, *Maqasid al-Shariah* merupakan tujuan utama hukum Islam yang meliputi perlindungan terhadap agama (*bifz al-din*), jiwa (*bifz al-nafs*), akal (*bifz al-'aql*), keturunan (*bifz al-nasl*), dan harta (*bifz al-mal*). Dalam konteks produk pangan, sertifikasi halal berfungsi sebagai instrumen strategis untuk memastikan terpenuhinya tujuan-tujuan tersebut, sekaligus membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan daya saing produk di pasar (Rizqi et al., 2025). Sertifikasi halal juga menjamin kepatuhan terhadap *Maqasid al-Shariah* dan prinsip-prinsip fiqh, sehingga kehalalan produk terlindungi sesuai dengan ajaran Islam.

Dalam perspektif manajemen, dikenal dengan istilah Manajemen Kualitas Total (TQM). Menurut Powell, Manajemen Kualitas Total (TQM) adalah pendekatan menyeluruh untuk perbaikan kualitas yang melibatkan semua level organisasi dan berfokus pada kepuasan pelanggan (Powell, 1995). TQM menekankan perbaikan berkelanjutan dalam proses, produk, dan layanan melalui partisipasi aktif seluruh anggota organisasi. Sertifikasi halal menuntut sebuah usaha untuk mematuhi standar kualitas tertentu, yang mendorong mereka untuk menerapkan praktik TQM guna memastikan kepatuhan terhadap regulasi halal. Produk bersertifikat halal yang berkualitas tinggi akan meningkatkan reputasi sebuah usaha dan loyalitas pelanggan, yang penting untuk keberlanjutan bisnis di pasar halal.

Tidak hanya itu, beberapa penelitian terdahulu tentang produk halal menunjukkan bahwa produk yang telah tersertifikasi halal mengalami peningkatan penjualan, seperti penelitian Muis dkk., memberikan hasil penelitian bahwa produk yang sudah tersertifikasi halal secara signifikan meningkatkan pendapatan penjualan produk dibandingkan dengan yang tidak memiliki sertifikasi halal (Muiz et al., 2023). Selanjutnya, Rofiuuddin memberikan hasil penelitian bahwa menunjukkan bahwa penerapan sertifikasi halal pada Haysanadi Catering Service memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan. Legalitas halal tidak

hanya memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, tetapi juga memperluas jangkauan pasar melalui rekomendasi pelanggan yang puas (Rofiuiddin, 2023). Penelitian yang dilakukan Suryamando dan Susilowati juga menjelaskan Label halal membentuk persepsi positif dan meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim, sehingga mendorong loyalitas dan rekomendasi meski beroperasi di pasar non-Muslim (Suryamando & Susilowati, 2025) Penelitian oleh Pratiwi dan Falahi menunjukkan hasil penelitian bahwa sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan produk (Pratiwi & Falahi, 2023). Penelitian oleh Maharani dkk., menunjukkan hasil bahwa sertifikasi halal, kualitas produk, dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap penjualan produk makanan *home industry*. Hasilnya, sertifikasi halal dan strategi pemasaran berpengaruh signifikan, sedangkan kualitas produk tidak, dengan sertifikasi halal menjadi faktor paling dominan (Sania Rizki Maharani et al., 2025).

Observasi di lapangan memperlihatkan kesenjangan signifikan antara kebutuhan dan realitas sertifikasi halal. Dari sejumlah UMKM pangan yang beroperasi di sekitar kampus UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, baru sekitar 30% yang telah bersertifikat halal, sementara sisanya, hampir 70%, masih belum mengurus legalitas kehalalan produknya. Rendahnya angka ini disebabkan oleh minimnya informasi mengenai prosedur pengajuan, persepsi bahwa sertifikasi halal bukan prioritas, serta keterbatasan fasilitas pendukung usaha. Fakta tersebut menunjukkan pentingnya program pendampingan agar UMKM dapat lebih siap memenuhi kewajiban sertifikasi halal pada 2026. Kondisi ini sekaligus menegaskan relevansi teori keunggulan kompetitif dan legitimasi, di mana sertifikasi halal bukan hanya tuntutan regulasi, tetapi juga instrumen strategis untuk memperkuat daya saing sekaligus memperoleh penerimaan sosial dari konsumen Muslim. Berdasarkan uraian diatas, diharapkan dengan adanya sosialisasi dan pendampingan, dapat meningkatkan pemahaman tentang pentingnya sertifikasi produk halal, pemahaman teknis pengajuan sertifikasi halal secara mandiri melalui situs SiHalal serta mengantarkan pelaku UMKM pangan melakukan kewajiban sertifikasi produk halal sebelum Oktober 2026.

METODE

Lokasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan pelaku UMKM pangan di lingkungan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dipusatkan di Warung Salman, beralamat di Jl. Raya Plosokandang Gg. Family, Kudusan, Plosokandang, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. Pemilihan Warung Salman sebagai lokasi kegiatan didasarkan pada pertimbangan strategis: lokasinya sangat dekat dengan para pelaku UMKM pangan di sekitar kampus, sehingga mudah dijangkau oleh peserta; pemilik warung merupakan salah satu peserta pendampingan sertifikasi halal; dan tempatnya cukup representatif untuk menampung kegiatan sosialisasi. Walaupun kegiatan dipusatkan di Warung Salman, peserta yang terlibat dalam sosialisasi adalah para pelaku UMKM pangan lain di sekitar UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, sehingga kegiatan ini tidak hanya menyasar satu UMKM, tetapi mencakup kelompok pelaku usaha yang lebih luas.

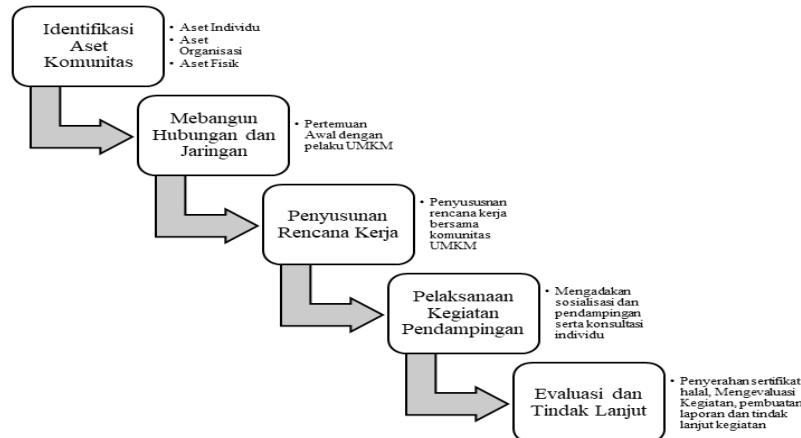
Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Agustus sampai Oktober 2024 yang terdiri dari beberapa kegiatan antara lain: Koordinasi dengan Pelaku UMKM dalam menentukan jadwal pelatihan, memberikan pengarahan dan pemahaman akan tujuan kegiatan, pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pengajuan sertifikasi halal *self declare* dan reguler, dan penyerahan sertifikat halal.

Pendampingan dalam proses sertifikasi halal bagi pelaku UMKM menjadi strategi penting untuk memperkuat daya saing sekaligus menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka hasilkan. Metode *Asset-Based Community Development* (ABCD) adalah pendekatan yang berfokus pada pemberdayaan komunitas (UMKM) dengan memanfaatkan aset dan potensi yang dimiliki oleh komunitas (UMKM) tersebut (Fauziyah & Jawahir, 2024; Lisa Agustina, 2024). Adapun langkah-langkah metode ABCD adalah sebagai

berikut:

- A. Identifikasi Aset Komunitas meliputi:
 1. Identifikasi kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan individu dalam komunitas UMKM yang dapat mendukung proses sertifikasi halal.
 2. Identifikasi lembaga atau organisasi lokal yang dapat membantu, seperti lembaga sertifikasi halal, universitas, atau LSM.
 3. Identifikasi fasilitas fisik yang tersedia, seperti ruang pelatihan, laboratorium, atau kantor yang dapat digunakan untuk kegiatan pendampingan.
- B. Membangun Hubungan dan Jaringan:
 1. Mengadakan pertemuan awal dengan pelaku UMKM, lembaga sertifikasi, dan pihak terkait untuk membangun hubungan dan memahami kebutuhan serta tantangan yang dihadapi.
 2. Membentuk kelompok kerja yang terdiri dari perwakilan UMKM, pakar halal, dan perwakilan lembaga sertifikasi untuk mengkoordinasikan kegiatan pendampingan.
- C. Penyusunan Rencana Kerja:
 1. Menyusun program kerja bersama komunitas UMKM, termasuk penjadwalan kegiatan, penyusunan materi pelatihan, dan penetapan target yang ingin dicapai.
 2. Mengembangkan materi pelatihan yang mencakup aspek-aspek penting dalam sertifikasi halal, seperti prosedur pengajuan, standar halal, dan dokumentasi yang diperlukan.
- D. Pelaksanaan Kegiatan Pendampingan:
 1. Mengadakan sosialisasi dan pendampingan mengenai pentingnya sertifikasi halal, prosedur pengajuan, dan standar yang harus dipenuhi.
 2. Menyediakan sesi konsultasi individu bagi UMKM untuk membahas permasalahan spesifik dan memberikan bantuan teknis dalam proses pengajuan sertifikasi halal.
 3. Melakukan monitoring terhadap progres UMKM dalam proses sertifikasi dan memberikan umpan balik serta bantuan tambahan jika diperlukan.
- E. Evaluasi dan Tindak Lanjut:
 1. Mengevaluasi hasil dari program sosialisasi dan pendampingan dengan mengukur peningkatan pengetahuan, jumlah UMKM yang berhasil memperoleh sertifikasi, dan peningkatan penjualan produk.
 2. Menyusun laporan hasil kegiatan dan memberikan rekomendasi untuk tindak lanjut serta keberlanjutan program.

Berikut alur prosedur pelaksanaan kegiatan:



Gambar Alur Prosedur Pelaksanaan Kegiatan

HASIL

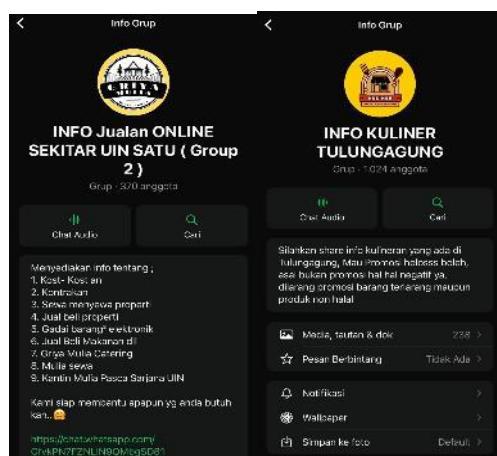
Tahap pertama yang diambil oleh tim pengabdian masyarakat adalah menjalin komunikasi dengan para pelaku UMKM dengan bergabung dalam komunitas kuliner Tulungagung. Kemudian melakukan pemetaan awal untuk mengidentifikasi individu dalam komunitas UMKM yang memiliki keinginan untuk mengajukan proses sertifikasi halal. Keterampilan yang diidentifikasi mencakup manajemen produksi, pemahaman terhadap produk halal, dan dokumentasi produk.

Setelah kegiatan identifikasi dilaksanakan, kemudian tim menjalin komunikasi lebih lanjut dengan beberapa pelaku UMKM dengan menyampaikan program sosialisasi dan pendampingan yang akan dilaksanakan oleh Tim pengabdian kepada masyarakat dengan menjalin kerjasama dengan Pusat Layanan Halal (PLH) UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dan selanjutnya menjalin komunikasi dengan dengan melakukan pertemuan/meeting untuk membahas program sosialisasi dan pendampingan sertifikasi halal pelaku UMKM yang ada di Tulungagung khususnya di Lingkungan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.



Gambar FGD Mitra dan Tim PLH UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Setelah melakukan pertemuan/meeting dengan Pusat Layanan Halal UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, langkah yang dilakukan selanjutnya adalah menyampaikan hasil pertemuan kepada perwakilan pelaku UMKM sekaligus membahas rencana kegiatan serta menyetujui waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan sosialisasi sertifikasi halal pada. Tim juga melaksanakan sosialisasi pelaksanaan kegiatan melalui Grup *Whatsapp* Info Kuliner Tulungagung dan Info Jualan *Online* sekitar UIN SATU.



Gambar Grup Whatsapp Pelaku UMKM Pangan Tulungagung

Tahap berikutnya meliputi sosialisasi dan pendampingan. Kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan merupakan bagian integral dari pengabdian kepada masyarakat karena menjadi sarana transfer pengetahuan langsung kepada pelaku UMKM pangan. Melalui kegiatan ini,

para pelaku UMKM tidak hanya menerima materi, tetapi juga aktif berdiskusi mengenai kendala yang mereka hadapi, seperti kesulitan mengakses sistem *SiHalal*, keterbatasan dokumen legalitas, serta pemilihan bahan baku.

Materi sosialisasi meliputi pentingnya sertifikasi halal dalam sektor pangan, perbedaan *self-declare* dan sertifikasi reguler, serta langkah-langkah teknis pengajuan sertifikasi halal. Dalam sesi tanya jawab, beberapa pelaku usaha menyampaikan pengalaman nyata mereka, seperti kendala saat menyiapkan daftar bahan baku atau saat login ke sistem, sehingga tim PKM dapat memberikan solusi praktis sesuai kebutuhan peserta. Hal ini menjadikan kegiatan sosialisasi lebih interaktif dan kontekstual, sekaligus memperlihatkan keterlibatan aktif antara tim dan mitra. Kegiatan sosialisasi dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar sosialisasi dan pengisian dokumen pengajuan sertifikasi halal

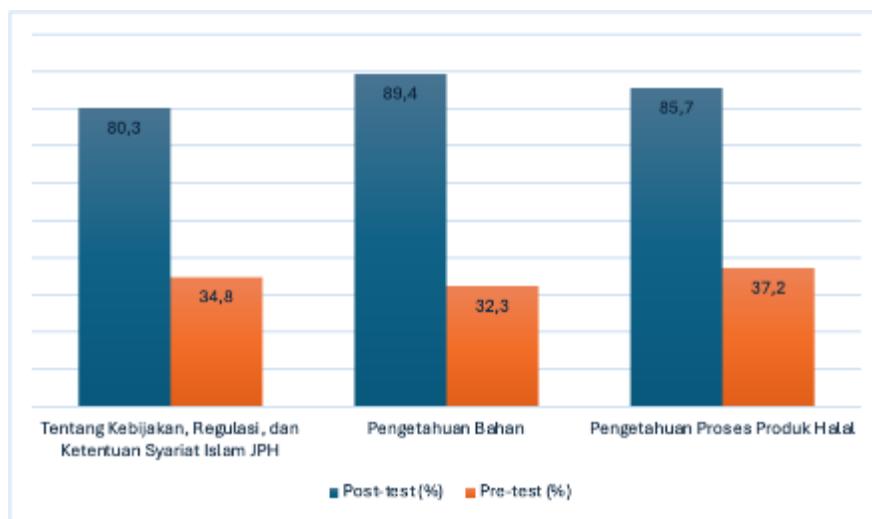
Pada tahap pendampingan, interaksi menjadi lebih intensif. Tim PKM mendampingi UMKM secara langsung dalam mempersiapkan dokumen, meninjau daftar bahan baku, hingga melakukan simulasi pengisian dokumen di sistem *SiHalal*. Beberapa peserta bahkan langsung mempraktikkan proses pengajuan sertifikasi dengan bimbingan anggota tim, sehingga mereka memperoleh keterampilan teknis untuk melaksanakan sertifikasi secara mandiri (lihat gambar 5.a). Hasil nyata dari pendampingan ini adalah adanya UMKM yang berhasil mengajukan *self-declare* hingga memperoleh sertifikat halal, serta UMKM lain yang dokumennya telah siap untuk diajukan skema Reguler. Selain itu, melalui interaksi tatap muka, tim PKM juga membantu menyelesaikan kendala spesifik setiap UMKM, misalnya kesulitan melampirkan dokumen legalitas seperti NIB (Nomor Induk Berusaha). Proses ini tidak hanya menghasilkan keluaran berupa sertifikat, tetapi juga membangun kepercayaan diri dan kemandirian pelaku usaha dalam menghadapi kewajiban sertifikasi halal ke depan. Pendampingan ini dilakukan secara berkelanjutan hingga pelaku UMKM benar-benar menerima sertifikat halal, dan keberhasilan tersebut diperkuat dengan bukti dokumen sertifikasi halal produk yang dilampirkan sebagai luaran kegiatan pengabdian.



Gambar a) kegiatan pendampingan pengajuan sertifikasi halal dan b) Sertifikat Halal UMKM pangan yang berhasil diperoleh melalui pendampingan

Hasil dari kegiatan sosialisasi dan pendampingan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman pelaku UMKM pangan mengenai proses dan manfaat sertifikasi halal. Beberapa peserta langsung mengajukan sertifikasi *self-declare* menggunakan kode fasilitasi dan berhasil memperoleh sertifikat halal untuk produk mereka, sementara sebagian UMKM lainnya memilih jalur sertifikasi reguler melalui proses audit dan verifikasi oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Melalui pengalaman ini, pelaku UMKM diharapkan semakin mandiri dalam mengurus sertifikasi halal pada masa mendatang serta mampu menjadi contoh bagi pelaku usaha lain yang belum mengajukan. Selain menghasilkan sertifikat, kegiatan ini juga membuka peluang perluasan pasar dan meningkatkan daya saing produk karena legalitas halal menjadi nilai tambah di mata konsumen. Ke depan, kegiatan akan dilanjutkan dengan pembinaan berkala untuk memastikan UMKM pangan konsisten menjaga standar halal dalam penggunaan bahan baku maupun dalam setiap proses produksinya.

Kegiatan selanjutnya yang dilakukan oleh Tim pengabdian adalah Evaluasi Kegiatan. Evaluasi terhadap kegiatan bertujuan untuk menggambarkan pencapaian hasil sosialisasi dan pendampingan yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner yang diisi oleh peserta terkait pemahaman mereka tentang sertifikasi halal dan pengajuan sertifikasi halal. Peserta memahami tentang Kebijakan, Regulasi, dan Ketentuan Syariat Islam Jaminan Produk Halal (JPH), Pengetahuan Bahan, dan Pengetahuan Proses Produk Halal. Tidak hanya itu, peserta memahami adanya sertifikasi halal memberikan nilai tambah yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga meningkatkan nilai jual produk serta memberikan keuntungan yang lebih besar. Dengan demikian, kegiatan ini tidak berhenti pada aspek persiapan teknis, melainkan benar-benar menyentuh kebutuhan riil UMKM sebagai mitra pengabdian. Secara umum, hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta, dengan rata-rata dari awalnya 34,7 persen menjadi 85,1 persen sebagaimana gambar dibawah.



Gambar Hasil Evaluasi Pemahaman Peserta

PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pemahaman peserta terhadap kebijakan, regulasi, bahan, dan proses produk halal, dari rata-rata awal 34,7% menjadi 85,1%. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa metode Asset-Based Community Development (ABCD) yang digunakan efektif dalam memberdayakan pelaku UMKM dengan memanfaatkan aset yang sudah dimiliki (Fauziyah & Jawahir, 2024; Lisa Agustina, 2024). Proses identifikasi aset individu dan komunitas, penyusunan rencana kerja bersama, serta pendampingan langsung terbukti memfasilitasi transfer pengetahuan dan keterampilan terkait sertifikasi halal.

Dari perspektif teori keunggulan kompetitif (Porter & Agus Maulana, 1996), sertifikasi halal yang diperoleh UMKM memberikan *differentiation advantage* karena menciptakan nilai tambah yang relevan bagi mayoritas konsumen Muslim di Tulungagung. Hal ini selaras dengan temuan (Tieman, 2011) yang menyatakan bahwa sertifikasi halal meningkatkan daya saing produk dan memperluas pangsa pasar. Keberhasilan beberapa peserta dalam memperoleh sertifikat halal pasca pendampingan menunjukkan bahwa intervensi ini mampu mengubah keunggulan potensial (*potential advantage*) menjadi keunggulan aktual (*actual advantage*) yang terukur.

Dari sudut pandang teori legitimasi (Suchman, 1995), kepemilikan sertifikat halal meningkatkan legitimasi sosial UMKM di mata konsumen dan komunitas. Legitimasi ini diperoleh karena pelaku usaha dinilai telah mematuhi norma dan nilai agama mayoritas, sehingga meningkatkan kepercayaan publik. Hal ini diperkuat oleh penelitian (Azis et al., 2024) yang menunjukkan Sertifikasi halal memiliki peran strategis dalam membangun citra positif sekaligus menarik perhatian pasar, terutama konsumen Muslim yang menempatkan kehalalan produk sebagai prioritas utama.

Dalam perspektif Maqasid al-Shariah (Jasser Auda) dan prinsip fiqh, sertifikasi halal secara langsung menjaga kemaslahatan dengan melindungi agama dan jiwa melalui penyediaan produk yang sesuai syariat (Rizqi et al., 2025). Proses pendampingan memastikan bahwa bahan baku dan proses produksi mematuhi ketertuan halal, sehingga melindungi konsumen dari unsur haram atau syubhat. Dengan demikian, kegiatan ini bukan hanya berkontribusi pada peningkatan daya saing ekonomi, tetapi juga pada pemenuhan kewajiban moral dan agama.

Pendampingan sertifikasi halal juga berkorelasi dengan prinsip Total Quality Management (TQM) (Powell, 1995) yang menekankan perbaikan berkelanjutan dan keterlibatan semua pihak. Proses verifikasi bahan, penyiapan dokumen, dan simulasi validasi mendorong penerapan standar mutu dalam operasional UMKM. Sertifikasi halal, dalam konteks ini, menjadi instrumen formal yang memastikan konsistensi mutu produk sekaligus memenuhi standar syariah.

Temuan kegiatan ini konsisten dengan berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa sertifikasi halal berdampak positif pada pendapatan dan penjualan produk (Muiz et al., 2023; Pratiwi & Falahi, 2023; Rofiquddin, 2023; Sania Rizki Maharani et al., 2025; Suryamado & Susilowati, 2025). Peningkatan pengetahuan dan keberhasilan beberapa UMKM memperoleh sertifikat pasca pendampingan memberikan indikasi awal bahwa intervensi serupa dapat direplikasi untuk memperluas jumlah UMKM tersertifikasi, khususnya di sektor pangan.

Meskipun demikian, terdapat keterbatasan dalam kegiatan ini, yaitu fokus pada kategori *self-declare* sehingga belum menjangkau UMK dengan proses reguler yang memerlukan audit LPH dan sidang fatwa MUI. Ke depan, program ini dapat diperluas untuk mencakup pendampingan kategori reguler, membangun jejaring dengan lembaga pembiayaan syariah untuk membantu biaya sertifikasi, serta mengintegrasikan sistem monitoring berkala untuk menjaga konsistensi kepatuhan halal.

PENUTUP

Kegiatan sosialisasi dan pendampingan sertifikasi halal memberikan wawasan kepada peserta mengenai Kebijakan, Regulasi, dan Ketentuan Syariat Islam Jaminan Produk Halal (JPH), Pengetahuan Bahan, dan Pengetahuan Proses Produk Halal. Kemudian peserta diberikan kode fasilitasi untuk pengajuan sertifikasi halal *self-declare* serta didampingi sampai sertifikat halal terbit. Hasil kegiatan ini mengindikasikan peningkatan pemahaman peserta, dari rata-rata 34,7 persen menjadi 85,1 persen. Hasil sosialisasi dan pendampingan diharapkan dapat memberikan nilai tambah, tidak hanya pemahaman tentang sertifikasi halal namun produk yang tersertifikasi halal memiliki nilai tambah sehingga mendorong meningkatnya penjualan. Meskipun demikian, kegiatan masih terbatas memberikan kode fasilitasi kepada pelaku UMKM pangan yang produknya masuk dalam kategori *self-declare*. Pada kegiatan selanjutnya bisa menargetkan Pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) yang masuk dalam kategori reguler dan dapat dibantu dalam fasilitasi reguler.

Sebagai rekomendasi, pengabdian berikutnya difokuskan pada pendampingan skema reguler melalui klinik dokumen dan simulasi audit LPH, sambil memanfaatkan program fasilitasi Sertifikasi Halal Reguler (gratis) dari dinas terkait sebagai sumber pembiayaan. Perkuat kolaborasi PLH–LPH–BPJPH–Dinas, siapkan SOP sederhana dan paket digital (checklist SiHalal, template dokumen, video singkat), serta bentuk mentor sebaya dari UMKM alumni untuk replikasi dan pendampingan lanjutan agar kepatuhan proses halal terjaga.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim menyampaikan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sayyid Ali Rahmatullah (SATU) Tulungagung atas dukungan finansial yang diberikan dalam Program Hibah Internal Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2024. Apresiasi juga diberikan kepada Pusat Layanan Halal (PLH) UIN SATU Tulungagung telah bekerjasama dan menjadi narasumber maupun pendamping selama kegiatan. Tidak lupa terimakasih kepada pelaku UMKM pangan Kabupaten Tulungagung yang telah berpartisipasi secara aktif dan menjalin kerjasama yang sangat baik dalam kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para dosen, mahasiswa, serta seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Azis, I. S., Zakaria, A., & Novita. (2024). Dampak Eksistensi Sertifikasi Halal pada Keunggulan Kompetitif UMKM. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, Vol. 2(No. 1), 261–267. <https://doi.org/10.62017/jemb.v2i1.2178>
- Fauziyah, N. N., & Jawahir, Moh. (2024). Pemberdayaan Pelaku UMKM Perikanan Melalui Digitalisasi di Kabupaten Maluku Tengah dengan Metode ABCD. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3), 2739. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i3.5418>
- Lisa Agustina. (2024). ABCD (Asset Based Communities Development): Legalitas dan Pengembangan Potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Telor Asin Desa Pagelaran. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 4(1), 179–186. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v4i1.2918>
- Muiz, A. N., Damayanti, A., Indra, R., & Marlina, L. (2023). Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Pendapatan Usaha dan Halal Awareness UMKM di Sektor Halal Food (Studi Pada Pelaku Usaha UMKM Kecamatan Cihideung Kota Tasikmalaya). *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam*, 8(2), 156. <https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4829>
- Porter, Michael. E., & Agus Maulana. (1996). *Strategi Bersaing. Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Erlangga.
- Powell, T. C. (1995). Total quality management as competitive advantage: A review and empirical study. *Strategic Management Journal*, 16(1), 15–37. <https://doi.org/10.1002/smj.4250160105>
- Pratiwi, D. P., & Falahi, A. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(1), 1–13. <https://doi.org/10.54131/jbma.v10i1.148>
- Rizqi, R., Nabila, C. F., Bahari, R., & Widayastuti, M. (2025). Halal Certification from The Perspective of Maqashid Shariah: A Strategy to Enhance The Added Value of Msmes in Pekalongan District, East Lampung. *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, Vol. 05(No.1), 118–139. <https://doi.org/10.15575/likuid.v5i1.43568>
- Rofiuuddin, M. (2023). Analisis Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Penjualan pada Usaha Haysanadi Catering Service. *DIES: Journal Of Dahlia Islamic Economic Studies*, 2(2), 108–118. <https://doi.org/10.38073/dies.v2i2.1382>
- Sania Rizki Maharani, Cupian Cupian, & Adhi Prapaskah Hartadi. (2025). Pengaruh Sertifikat Halal, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Makanan Home Industry. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 3(2), 71–87. <https://doi.org/10.61132/jepi.v3i2.1332>
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management Review*, 20(3), 571. <https://doi.org/10.2307/258788>
- Suryamado, F., & Susilowati, F. D. (2025). Urgensi Penerapan Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada Produk Kopi Griyang. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 6(No. 4), 1398–1405. <https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v6i4.57695>
- Tieman, M. (2011). The application of Halal in supply chain management: in-depth interviews. *Journal of Islamic Marketing*, 2(2), 186–195. <https://doi.org/10.1108/17590831111139893>