

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM MAKANAN DAN MINUMAN BERSERTIFIKASI HALAL MELALUI ANALISIS SWOT DI KECAMATAN AROSBAYA KABUPATEN BANGKALAN

Qurrota A'yun Pramitha Thoyibah¹, Sahrudi², Abdullah Faqih³, Raden

Ahmad Haryo Kusumo⁴

¹ Qurrota A'yun Pramitha Thoyibah (Ekonomi Syariah, IAI Al-Khoziny),
Email : ayunpramitha13@gmail.com

² Sahrudi (Ekonomi Syariah, IAI Al-Khoziny),
Email : Sahrudi@gmail.com

³ Abdullah Faqih (Ekonomi Syariah, IAI Al-Khoziny),
Email : abdullohfaqih7913@gmail.com

⁴ Raden Ahmad Haryo Kusumo (Ekonomi Syariah, IAI Al-Khoziny),
Email : akantibasaatnya1129@gmail.com

DOI: -

Received: 20-04-2026

Accepted: 22-05-2026

Published: 30-08-2026

Abstract:

Penelitian ini merumuskan strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bersertifikasi halal di sektor makanan dan minuman di Kecamatan Arosbaya, Kabupaten Bangkalan. Metode penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif serta analisis SWOT. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Berdasarkan informasi dari Kantor Peguyuban UMKM Kecamatan Arosbaya UMKM Makanan dan Minuman yang bersertifikasi halal ada 30 UMKM, sebanyak 10 UMKM Minuman bersertifikasi halal dan sebanyak 20 UMKM Makanan bersertifikasi halal. Pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil analisis menunjukkan bahwa berdasarkan analisis SWOT dapat diketahui bahwa Strategi pemerintah dalam menerapkan sertifikasi halal untuk meningkatkan pangsa pasar UMKM di Kecamatan Arosbaya mencakup empat (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman). Faktor kekuatannya diantaranya memberikan fasilitasi gratis dan melakukan sosialisasi beserta pendampingan. Faktor kelemahannya meliputi minimnya anggaran, data UMKM belum update, dan kurangnya sosialisasi kepada pelaku UMKM. Faktor peluangnya meliputi mempercepat sertifikasi halal, meningkatkan kualitas produk halal, meningkatkan minat dalam penerapan program ini, dan semua pelaku UMKM dapat menikmati fasilitasi tersebut. Selanjutnya untuk faktor ancaman meliputi rendahnya sumber daya pelaku usaha terhadap teknologi, rendahnya kesadaran dan pemahaman pelaku, dan terjadi ketidaksesuaian antara real lapangan dengan data.

Keywords: *UMKM, Sertifikasi halal, Analisis SWOT*

PENDAHULUAN

Bisnis merupakan suatu kegiatan yang memproduksi suatu barang atau jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Pengertian luas dari bisnis adalah semua aktivitas dan intuisi memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan pengertian sempit dari bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang dan jasa yang bertujuan mendapat keuntungan (Griffin, 2007) Salah satu cara berbisnis adalah mendirikan suatu bentuk usaha. Bentuk usaha menurut ukurannya bermacam-macam, mulai dari Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM), dan Usaha Besar (UB). UMKM memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu Negara. Di Indonesia, UMKM makanan dan minuman menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat karena tingginya kebutuhan masyarakat terhadap produk makanan dan minuman. Namun, perkembangan tersebut juga diikuti oleh persaingan usaha yang semakin ketat. Data menunjukkan 70% UMKM di Indonesia adalah industri makanan dan minuman yang 99,5% dari total industri tersebut adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. (BPOM, 2022)

Kreativitas dalam kewirausahaan dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan ide baru atau mengembangkan ide yang sudah ada agar memiliki nilai tambah. Kreativitas tidak hanya berkaitan dengan produk, tetapi juga mencakup cara berpikir, strategi pemasaran, serta pendekatan dalam menghadapi permasalahan usaha. Dalam UMKM makanan dan minuman, kreativitas dapat diterapkan melalui pengembangan menu yang unik, penyajian makanan yang menarik, serta penentuan konsep usaha yang jelas. Selain itu, kreativitas juga dapat terlihat dari cara pelaku usaha mempromosikan produknya melalui media sosial dengan konten yang informatif dan mudah dipahami. Pelaku UMKM yang kreatif mampu memahami kebutuhan dan selera konsumen. Dengan memahami hal tersebut, produk yang dihasilkan akan lebih relevan dan memiliki daya tarik tersendiri. Kreativitas juga membantu membangun identitas usaha sehingga produk lebih mudah dikenali oleh konsumen. (UNIKOM, 2026)

Inovasi merupakan penerapan dari ide-ide kreatif ke dalam bentuk nyata. Inovasi tidak selalu berarti menciptakan produk yang sepenuhnya baru, tetapi dapat berupa perbaikan atau pengembangan dari produk dan sistem yang sudah ada. Selain pada produk, inovasi juga dapat diterapkan pada sistem operasional usaha, seperti penggunaan sistem pemesanan online dan layanan pesan antar. Inovasi ini bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan konsumen dan efisiensi usaha. UMKM yang mampu melakukan inovasi secara berkelanjutan akan lebih mudah menyesuaikan diri dengan perubahan pasar. Tanpa inovasi, usaha cenderung mengalami stagnasi dan sulit bersaing. Rendahnya literasi digital dan keterampilan dalam penggunaan teknologi informasi di kalangan para UMKM. (Sulistyo, 2022) Oleh karena itu, inovasi menjadi salah satu kunci keberlangsungan UMKM makanan dan minuman di era digital. Dengan menggunakan pendekatan pelatihan berbasis teknologi sangat dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital. (Saptantinah, 2025)

Pada tahun 2024, Pemerintah Kabupaten Bangkalan melaporkan peningkatan jumlah UMKM yang signifikan pada industri makanan dan minuman sebanyak 2.151 (Bangkalan, 2024). UMKM khususnya sektor makanan dan minuman memiliki peranan penting dalam menciptakan lapangan kerja di Kabupaten Bangkalan. Pemerintah Kabupaten Bangkalan ingin mengoptimalkan penyerapan tenaga kerja dengan memberikan pelatihan kepada para pelaku UMKM agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan berdaya saing tinggi. Pemerintah Kabupaten Bangkalan berharap dengan adanya pelatihan tersebut, pertumbuhan ekonomi Kabupaten Bangkalan dapat bertumbuh.

Sertifikasi halal merupakan salah satu faktor paling penting untuk perkembangan industri makanan dan minuman. Sertifikasi halal ini berfungsi sebagai tolak ukur dan standar yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. (Syu'aibi, 2023). Sertifikasi halal digunakan memastikan kepatuhan terhadap aturan agama dari mulai pemilihan bahan baku hingga terdistribusi dengan baik kepada konsumen. Hal tersebut dapat mempengaruhi permintaan terhadap barang di dalam industri makanan dan minuman. Sertifikasi halal tidak hanya penting untuk menarik pelanggan, tetapi juga memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar, baik lokal maupun nasional. Sertifikasi halal juga mendorong transparansi dalam industri makanan dan minuman serta meningkatkan daya saing produk dalam negeri di pasar global. Selain itu sertifikasi halal dapat mencegah praktik labelisasi yang menyesatkan dan memastikan bahwa hanya produk yang benar-benar memenuhi standar halal yang dapat beredar di pasaran, sehingga menciptakan kepercayaan publik yang lebih tinggi terhadap produk-produk yang dikonsumsi sehari-hari. (Azis, 2025)

Dalam menjalankan sebuah bisnis tentu dipenuhi dengan tantangan-tantangan yang perlu dihadapi. Pada pelaku UMKM seringkali ada banyak hal yang masih belum terintegrasi dengan baik secara sistem sehingga membuat operasional berjalan tidak lancar. (Magfood, 2023) Analisis *SWOT* adalah metode sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi strategi suatu perusahaan, dengan tujuan memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), serta meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*). Strategi yang efektif, berdasarkan analisis ini, akan mengoptimalkan sumber daya dan waktu, serta mengurangi risiko dari kelemahan dan ancaman. Ketika diterapkan dengan tepat, analisis ini dapat secara signifikan mendukung keberhasilan strategi dan memberikan wawasan yang diperlukan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman dalam lingkungan bisnis. Manfaat analisis *SWOT* adalah alat efektif untuk analisis strategis yang membantu perusahaan memaksimalkan penggunaan waktu dan meminimalkan kelemahan serta ancaman. Tujuannya adalah mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (ancaman dan tantangan) yang mempengaruhi perusahaan. Dengan pemahaman ini, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya secara optimal untuk menjaga kelangsungan operasional, terutama dalam situasi krisis. Fungsi analisis ini

juga mencakup penentuan peluang dan sumber daya yang tersedia berdasarkan kondisi yang ada. (Mahrudi, 2022)

Sertifikasi halal mempengaruhi pengembangan bisnis UMKM di sektor makanan dan minuman serta untuk mengidentifikasi rencana strategis yang dapat membantu mereka memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan. (Hana Khairunnisa, 2020). Berdasarkan latar belakang tersebut, Hal ini mengindikasikan bahwa populasi di Kabupaten Bangkalan memiliki potensi yang sangat tinggi untuk pengembangan bisnis. Pemilihan Kabupaten Bangkalan sebagai lokasi studi didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis. Dengan kata lain, Bangkalan memiliki potensi yang cukup besar di sektor UMKM, khususnya di industri makanan dan minuman, dengan berbagai produk kuliner berkualitas khas yang dapat dijadikan studi kasus. Di wilayah yang mayoritas penduduknya beragama Islam, sertifikasi halal sangat penting dan krusial untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan kualitas produk. Namun, proses sertifikasi dan standarisasi halal sering kali terhambat oleh beberapa kendala. Para pelaku UMKM ini menghadapi tantangan dalam persaingan yang lebih ketat, akses modal yang terbatas untuk meningkatkan kapasitas produksi, kurangnya pengetahuan dalam strategi pemasaran dan distribusi yang harus diatasi untuk memaksimalkan sertifikasi halal.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kualitatif dan menggunakan analisis deskriptif. Di dalam penelitian ini penulis memilih lokasi UMKM di Kecamatan Arosbaya Kabupaten Bangkalan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Berdasarkan informasi dari Kantor Peguyuban UMKM Kecamatan Arosbaya UMKM Makanan dan Minuman yang bersertifikasi halal ada 30 UMKM, sebanyak 10 UMKM Minuman bersertifikasi halal dan sebanyak 20 UMKM Makanan bersertifikasi halal. Penelitian dilakukan di Arosbaya Jalan Raya Arosbaya no 1. Kecamatan Arosbaya, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur kode Pos 69151.

Dalam pengumpulan data penelitian, penulis menggunakan beberapa metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Triangulasi dalam penelitian ini adalah teknik untuk meningkatkan validitas dan kredibilitas temuan dengan menggabungkan berbagai sumber data, metode, teori, atau peneliti. Dengan menerapkan teknik triangulasi, peneliti dapat memperoleh temuan yang lebih valid dan dapat diandalkan, serta mengurangi potensi bias dalam penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Metode analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Oppurtunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan informasi dari Kementerian Agama Kabupaten Bangkalan, secara keseluruhan Kecamatan Arosbaya terdapat sekitar 2.062 produk UMKM yang mengajukan proses sertifikasi halal pada tahun 2024. Dari jumlah tersebut, 944 produk telah mendapatkan sertifikat halal, sementara 1.118 produk lainnya masih dalam proses penerbitan. UMKM Makanan dan Minuman di Kecamatan Arosbaya Kabupaten Bangkalan memiliki potensi besar untuk berkembang namun masih menghadapi beberapa tantangan dalam penjualan. Sertifikasi halal adalah proses pemeriksaan dan pengesahan dari otoritas yang berwenang (seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal/BPJPH di Indonesia) bahwa suatu produk proses produksi serta bahan-bahan yang digunakan memenuhi syariat Islam dan bebas dari unsur haram.

Berdasarkan analisis *SWOT*, penelitian ini merekomendasikan beberapa strategi untuk mengembangkan UMKM makanan dan minuman yang bersertifikasi halal di Kecamatan Arosbaya Kabupaten Bangkalan, yaitu:

a. Kekuatan (*Strengths*)

Dalam analisis *SWOT* adalah faktor-faktor internal positif yang dimiliki oleh suatu organisasi, perusahaan, atau individu yang dapat memberikan keunggulan dibandingkan pesaing dan mendukung pencapaian tujuan.

1. Sumber daya manusia yang terampil: Sumber daya manusia yang terampil dan berpengalaman dapat menjadi kekuatan bagi perusahaan atau UMKM untuk meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan.
2. Produk yang berkualitas: Produk yang berkualitas dapat menjadi kekuatan bagi perusahaan atau UMKM untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan reputasi.
3. Teknologi yang canggih: Teknologi yang canggih dapat menjadi kekuatan bagi perusahaan atau UMKM untuk meningkatkan efisiensi, meningkatkan kualitas produk, dan meningkatkan daya saing.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan (*Weaknesses*) dalam analisis *SWOT* adalah faktor-faktor internal yang menjadi kendala, kekurangan, atau hambatan bagi suatu organisasi, perusahaan, atau individu dalam mencapai tujuan atau bersaing secara efektif.

1. Kurangnya pengetahuan dan kesadaran tentang sertifikasi halal Banyak pelaku UMKM yang tidak memahami proses sertifikasi halal, seperti prosedur, biaya, dan waktu yang dibutuhkan. Contoh Seorang pemilik UMKM makanan yang tidak mengetahui bahwa produknya harus memiliki sertifikasi halal untuk dijual di pasar yang mayoritas muslim.
2. Keterbatasan modal dan sumber daya untuk memperoleh sertifikasi halal, Banyak pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dana untuk memperoleh sertifikasi halal, sehingga mereka harus

memprioritaskan biaya lainnya. Contohnya Seorang pemilik UMKM makanan yang ingin memperoleh sertifikasi halal, tetapi tidak memiliki dana yang cukup untuk membayar biaya sertifikasi.

3. Kualitas produk yang tidak konsisten.

Bahan baku yang digunakan dalam produksi produk dapat berbeda-beda dalam hal kualitas, sehingga mempengaruhi kualitas produk akhir. Seorang pemilik UMKM yang menghasilkan produk dengan kemasan yang tidak konsisten, sehingga beberapa produk memiliki kemasan yang rusak atau tidak sesuai dengan standar.

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang (*Opportunities*) Peluang adalah kesempatan dari luar yang bisa mendukung keberhasilan kita jika dimanfaatkan dengan baik. Peluang bukan berasal dari dalam (seperti modal atau tenaga kerja), melainkan dari lingkungan sekitar, seperti perubahan pasar, kebijakan baru, teknologi, atau tren konsumen dengan tujuan:

1. Meningkatnya permintaan pasar: Meningkatnya permintaan pasar dapat menjadi peluang bagi perusahaan atau UMKM untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan pangsa pasar.
2. Perkembangan teknologi: Perkembangan teknologi dapat menjadi peluang bagi perusahaan atau UMKM untuk meningkatkan efisiensi, meningkatkan kualitas produk, dan meningkatkan daya saing.
3. Kerja sama dengan mitra bisnis: Kerja sama dengan mitra bisnis dapat menjadi peluang bagi perusahaan atau UMKM untuk meningkatkan akses ke sumber daya, meningkatkan kemampuan, dan meningkatkan daya saing.
4. Peningkatan kesadaran konsumen: Peningkatan kesadaran konsumen tentang pentingnya produk yang berkualitas dan aman dapat menjadi peluang bagi perusahaan atau UMKM untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan reputasi.
5. Dukungan pemerintah: Dukungan pemerintah dapat menjadi peluang bagi perusahaan atau UMKM untuk meningkatkan akses ke sumber daya, meningkatkan kemampuan, dan meningkatkan daya saing.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman (*Threats*) adalah faktor-faktor eksternal negatif yang berasal dari lingkungan luar dan berpotensi menghambat perkembangan, mengganggu kestabilan, atau bahkan membahayakan kelangsungan suatu usaha, organisasi, atau individu mengenai:

1. Persaingan yang ketat: Persaingan yang ketat dari perusahaan lain dapat menjadi ancaman bagi perusahaan atau UMKM untuk meningkatkan pangsa pasar dan meningkatkan penjualan.
2. Perubahan kebijakan pemerintah: Perubahan kebijakan pemerintah dapat menjadi ancaman bagi perusahaan atau UMKM untuk meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan.

3. Perubahan perilaku konsumen: Perubahan perilaku konsumen dapat menjadi ancaman bagi perusahaan atau UMKM untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan pangsa pasar jika tidak dapat menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut.
4. Krisis ekonomi: Krisis ekonomi dapat menjadi ancaman bagi perusahaan atau UMKM untuk meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan karena dapat mempengaruhi permintaan pasar dan kemampuan konsumen untuk membeli produk.

Adapun pembahasan mengenai urgensi sertifikasi halal bagi UMKM di Kecamatan Arosbaya adalah sebagai berikut:

1. Proses perlindungan hak konsumen

Dengan adanya sertifikasi halal hak dari konsumen muslim akan dapat terpenuhi. Untuk menjamin setiap pemeluk agama beribadah dan menjalankan ajaran agamanya, negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat. Jaminan mengenai produk halal hendaknya dilakukan sesuai dengan asas perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas dan transparansi, efektivitas dan efisiensi, serta profesionalitas. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, sertifikasi halal bukan hanya memenuhi kewajiban religius tetapi juga mewujudkan prinsip-prinsip keadilan, transparansi, dan perlindungan konsumen. (Mega Novita Syafitri, 2022)

Dalam era modern saat ini tantangan untuk memastikan kehalalan suatu produk semakin rumit. Pada intinya para pelaku usaha mengatakan yang sejujurnya apa saja yang terkandung di dalam produk yang dihasilkan. Jika ada komposisi yang tidak diperbolehkan yang menjadi syarat wajib untuk menentukan kehalalan suatu produk, para pelaku usaha tidak boleh mencantumkan label halal pada produk tersebut. dalam banyak kasus, konsumen lebih cenderung memilih produk yang bersertifikasi halal, bahkan ketika ada produk lain dengan harga atau kualitas yang sebanding. (Mulyaningsih, 2021) Logo sertifikat halal memberikan kepastian hukum kepada konsumen muslim bahwa produk tersebut halal sesuai syariat Islam. Menyediakan produk halal dan aman adalah bisnis yang sangat prospektif, karena dengan melalui sertifikasi dan label halal dapat mengundang pelanggan loyal yang bukan saja diminati oleh muslim tetapi juga masyarakat non muslim.

Pada dasarnya sertifikasi halal merupakan proses pengendalian kualitas berbasis agama yang meliputi pemeriksaan menyeluruh terhadap bahan baku, proses produksi, hingga pengemasan (MUI, 2018). Sertifikasi halal bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk. Proses sertifikasi halal tidak hanya

memeriksa keberadaan bahan non-halal yang eksplisit seperti babi atau alcohol, tetapi juga mencakup pemeriksaan terhadap bahan tambahan, enzim, dan proses yang mungkin tercemar najis. (Aziz, 2020) Dengan demikian, sertifikasi halal memberikan jaminan bahwa produk tersebut telah melalui serangkaian pemeriksaan yang ketat berdasarkan standar syariat islam.

2. Peningkatan daya saing produk

Peningkatan daya saing merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam persaingan pasar global. Proses peningkatan daya saing tidak hanya mencakup pengembangan fitur baru, namun juga menyesuaikan dengan permintaan pasar, dengan menciptakan produk yang mengakomodir kebutuhan dari konsumen akan menghasilkan produk yang diminati dan menghasilkan nilai tambah yang signifikan. Sehingga tingkat kepercayaan konsumen pada produk semakin meningkat. Adanya sertifikasi halal bukan saja bertujuan memberi ketentraman batin pada umat Islam tetapi juga ketenangan berproduksi bagi pelaku usaha. Produk bersertifikasi halal sudah seharusnya menjadi bagian integral yang tak terpisahkan dari praktik perdagangan dan ekonomi global yang menuntut adanya standar-standar dan kualitas baku internasional untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan Annisa dkk. Menyatakan bahwa respon UMKM terhadap kewajiban sertifikasi halal menunjukkan dukungan yang kuat, karena mereka menganggap sertifikasi halal tidak hanya memberikan jaminan halal produk tetapi juga nilai keuntungan material dan spiritual. (Fitriyanti, 2023). Penelitian lain juga menyebutkan bahwa sertifikasi halal bagi UMKM bukan hanya sekedar kepatuhan administratif tetapi menjadi strategi pemasaran yang efektif untuk membangun kepercayaan konsumen, meningkatkan daya saing, dan memperluas jangkauan pasar produk UMKM di ranah domestik maupun internasional. (Sudarmono, 2024)

Strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan visibilitas produk dan membangun loyalitas konsumen jangka panjang. (Supriyanto, 2022) Pemanfaatan media sosial sebagai pengenalan produk dan pemasaran telah terbukti mampu untuk meningkatkan penjualan produk. Tidak hanya itu promosi dengan sistem endorsement dan afiliasi bisa dilakukan untuk mempermudah koneksi dari produsen terhadap konsumen. Program pengembangan SDM yang terampil dan melek terhadap digitalisasi tidak hanya meningkatkan keterampilan secara teknis tetapi juga soft skill untuk mengasah kreativitas, pemecahan masalah dan meningkatkan sinergisitas antar karyawan yang akan berdampak pada keberlangsungan suatu produk atau merek. Peningkatan daya saing produk halal dapat melalui inovasi, peningkatan kualitas, penerapan

standar yang ketat, produk halal dapat menjadi pilihan bagi konsumen bukan hanya karena status kehalalannya saja melainkan juga adanya nilai tambah yang ditawarkan dan memiliki keunggulan yang kompetitif. Sehingga produk tersebut dapat membawa manfaat dan keberkahan bagi produsen, konsumen dan lingkungan secara luas (Azis, 2025).

3. Penjamin kualitas produk yang layak konsumsi

Dengan adanya sertifikasi halal menjadi salah satu penanda suatu produk mendapat jaminan layak konsumsi bagi konsumen. Sertifikasi halal tidak hanya menjadi simbol kepatuhan terhadap syariat islam, tetapi juga telah berkembang menjadi standart kualitas yang diakui secara global. Sertifikasi halal tidak hanya berdampak pada aspek keagamaan saja, namun juga memberikan dampak pada aspek kesehatan dan ekonomi yang signifikan. Sertifikasi halal mendorong produsen untuk memproduksi produk dengan menerapkan kebersihan dan keamanan pangan yang berstandar tinggi. Sehingga produk yang dihasilkan dapat memuaskan konsumen dan meningkatkan profit bagi produsen (Firdaus, 2023).

Standar halal terus mengalami peningkatan dengan mengadopsi permintaan pasar global. Produk dikatakan memiliki kualitas baik mencakup aspek keamanan, nutrisi, kebersihan, dan kehalalan produk. Kesadaran konsumen mengenai pentingnya produk yang bersertifikasi halal mendorong produsen untuk secara proaktif memperoleh sertifikasi halal dan digunakan sebagai strategi pemasaran bagi produk yang dimiliki. Berdasarkan studi terbaru, produk bersertifikasi halal cenderung mendapat penerimaan pasar yang lebih luas dan mempersepsikan produk halal sebagai produk yang lebih sehat, bersih dan berkualitas (K. Nugroho, 2023).

Sertifikasi halal di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup masif namun juga banyak yang harus diperbaiki khususnya penerapan bagi UMKM yang memiliki keterbatasan modal dan pemahaman tentang prosedur sertifikasi. Upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengatasi hal tersebut yaitu dengan memberikan subsidi biaya, fasilitas pendampingan teknis, dan penyederhanaan prosedur bagi UMKM. Hal ini agar seluruh lapisan masyarakat yang menjadi pelaku UMKM dapat memanfaatkan fasilitas tersebut dan memiliki produk yang dapat berdaya saing tinggi serta memasuki pasar global. Dengan demikian, akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara dan menciptakan lapangan pekerjaan secara nyata.

Adapun Faktor pendukung sertifikasi halal UMKM di Kecamatan Arosbaya yaitu adanya pemahaman pemilik usaha mengenai pentingnya sertifikasi halal bagi peningkatan penjualan, serta untuk memenangkan persaingan usaha sejenis. Kurangnya pengetahuan para pelaku UMKM pada regulasi pemerintah bahwa ada peraturan yang mewajibkan sertifikasi halal pada setiap produk yang diperjualbelikan di Indonesia.

Situasi ini dapat menyebabkan pelaku UMKM tidak segera mengurus sertifikasi halal untuk produk mereka. Ketidaktahuan akan adanya kewajiban ini menempatkan mereka pada resiko hukum serta mengurangi kepercayaan konsumen yang semakin memilih produk yang sudah bersertifikasi halal. Diperlukan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya sertifikasi halal, baik melalui sosialisasi yang lebih intensif oleh instansi terkait maupun melalui program pendidikan yang khusus ditujukan untuk para pelaku UMKM (Budhaeri, 2024).

Adanya bantuan pendampingan dari BPJPH juga semakin meningkatkan minat pemilik usaha untuk mengikuti proses sertifikasi halal. Faktor pendukung selanjutnya yaitu penggunaan media sosial dan media online oleh MUI memudahkan pemilik usaha mengikuti prosedur sertifikasi halal. Adanya perlindungan atas kerahasiaan resep pelaku usaha juga mendorong pelaksanaan sertifikasi halal UMKM di Kecamatan Arosbaya. Sertifikasi halal tidak selalu berdampak pada omset penjualan dan laba. Namun melalui peningkatan kepercayaan diri produsen dalam memasarkan dan kepercayaan serta penerimaan konsumen sehingga terjadi peningkatan segmen pasar dan jumlah pelanggan. (Pudji, 2024). Hal ini selaras dengan tujuan sertifikasi halal menurut Ketua BPJPH yang mengatakan bahwa sertifikasi halal berperan sebagai instrument strategis untuk meningkatkan daya saing usaha. Sertifikasi halal bukan hanya sekedar pemenuhan administratif kewajiban regulasi pemerintah saja. Namun sertifikasi halal memberikan rasa aman dan memberikan jaminan kepada konsumen dalam pemilihan produk barang dan jasa yang dikonsumsi oleh masyarakat. (BPJPH, 2026)

Faktor penghambat sertifikasi halal UMKM di Kecamatan antara lain meliputi alokasi biaya sertifikasi halal yang dirasa cukup tinggi bagi sebagian pelaku usaha yaitu sebesar Rp. 650.000, Adanya keyakinan produsen bahwa produk makanan yang diproduksi nya halal juga menjadi penghambat pelaksanaan sertifikasi halal. Faktor penghambat selanjutnya yaitu mekanisme sertifikasi halal yang dirasa terlalu rumit oleh sebagian pemilik usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Strategi pengembangan UMKM Makanan dan Minuman yang bersertifikasi halal melalui Analisis SWOT di Kecamatan Arosbaya Kabupaten Bangkalan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi pemerintah dalam menerapkan sertifikasi halal untuk meningkatkan pangsa pasar UMKM di Kecamatan Arosbaya mencakup empat (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman). Faktor kekuatannya diantaranya memberikan fasilitasi gratis dan melakukan sosialisasi beserta pendampingan. Faktor kelemahannya meliputi minimnya anggaran, data UMKM belum update, dan kurangnya

sosialisasi kepada pelaku UMKM. Faktor peluangnya meliputi mempercepat sertifikasi halal, meningkatkan kualitas produk halal, meningkatkan minat dalam penerapan program ini, dan semua pelaku UMKM dapat menikmati fasilitas tersebut. Selanjutnya untuk faktor ancaman meliputi rendahnya sumber daya pelaku usaha terhadap teknologi, rendahnya kesadaran dan pemahaman pelaku, dan terjadi ketidaksesuaian antara real lapangan dengan data.

2. Faktor pendukung pelaku UMKM dalam menerapkan sertifikasi halal adalah adanya dukungan dari pemerintah karena pemerintah ingin produk UMKM bisa bersaing dalam perdagangan dan memiliki nilai jual yang tinggi, adanya kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya penerapan sertifikasi halal sehingga mampu memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip halal, dan daya beli konsumen muslim yang semakin besar di mana produk yang sudah bersertifikasi halal akan lebih memikat daya beli karena konsumen tidak was-was lagi. Sedangkan faktor penghambatnya adalah rendahnya kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM sehingga tidak terlalu mementingkan manfaat dari sertifikasi halal dan mengesampingkan jaminan kehalalan, selain itu sosialisasi kurang masif dari pemerintah menimbulkan pelaku UMKM belum mengetahui secara pasti terhadap apa itu program sertifikasi halal, dan tidak hanya itu, banyak yang mengira bahwa pengajuan sertifikasi halal itu memerlukan biaya yang besar, serta proses pengajuan program halal yang rumit dan lama sehingga menimbulkan pelaku UMKM enggan dalam menerapkan program sertifikasi halal.
3. Dampak penerapan strategi pemerintah terhadap program sertifikasi halal untuk meningkatkan pangsa pasar UMKM di Kecamatan Arosbaya terdapat dampak positif dan juga negatif. Dampak positifnya meliputi meningkatkan daya saing produk karena adanya kepercayaan konsumen sehingga mampu membuka peluang pasar baru, menaikkan omset penjualan karena dapat meningkatkan keyakinan pelanggan untuk terus mengonsumsi produk kita dan dapat menarik segmen pasar yang lebih besar dan produk mudah di terima masyarakat karena sudah terjamin kehalalannya. Sedangkan untuk dampak negatifnya meliputi hilangnya pangsa pasar dalam komunitas Muslim akibatnya karena kehilangan daya tarik bagi konsumen muslim, tidak berpengaruh apapun terhadap penjualan akibatnya karena rendahnya kesadaran dan pemahaman dari pelaku UMKM serta belum memahami manfaat dari penerapan program sertifikasi halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Azis, A. F. (2025). Urgensi Sertifikasi Halal Produk Makanan UMKM dan Dampaknya terhadap Kepercayaan Konsumen Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Repository UIN Raden Intan Lampung*.
- Aziz, Z. H. (2020). Perlindungan Konsumen terhadap Produk Makanan Halal: Analisis dari Perspektif di Indonesia. *Jurnal Syariah* 17 No.2, 115-30.
- Bangkalan, P. K. (2024). Retrieved from Open Data Kabupaten Bangkalan: https://data.bangkalankab.go.id/lv/dataset/jumlah-umkm-bidang-kuliner-berdasarkan-kategori-usaha-menurut-kecamatan/resource/ef74924d-7bdc-4a7c-872d-7730c7ecbaa7?inner_span=True
- BPJPH. (2026, Maret 02). *Pegiat UMKM : Sertifikasi Halal Dongkrak Kepercayaan Konsumen, Jadi Kunci Produk Tembus Ritel dan Pasar Ekspor*. Retrieved from Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal: <https://bpjph.halal.go.id/detail/pegiat-umkm-sertifikat-halal-dongkrak-kepercayaan-konsumen-jadi-kunci-produk-tembus-ritel-dan-pasar-ekspor>
- BPOM. (2022). *Laporan Tahunan*. Bandung.
- Budhaeri, C. A. (2024). Menjaga Kepercayaan Konsumen melalui Sertifikasi Halal oleh Pelaku. *Nomos : Jurnal Penelitian Ilmu Hukum* 4 No. 3.
- Firdaus, L. d. (2023). Dampak Ekonomi Sertifikasi Halal pada UMKM: Analisis Peningkatan Daya Saing dan Perluasan Pasar. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia* 24 No.1, 78-94.
- Fitriyanti, A. A. (2023). Respon Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Kemasan Pangan terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Pembangunan* 15 No.2, 412-28.
- Griffin, R. W. (2007). *Business Essentials ± 6th edition*. Pearson Education Ltd.
- Hana Khairunnisa, D. L. (2020). "Kenaikan Omzet UMKM Makanan Dan Minuman di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal". *Jurnal Al-Muzara'ah* 8.
- K. Nugroho, A. S. (2023). Analisis Persepsi Konsumen terhadap Produk Bersertifikasi Halal: Studi Komparatif Konsumen Muslim dan Non Muslim. *Jurnal Manajemen Pemasaran Syariah* 17 No.2, 112-33.
- Magfood. (2023, Juni). *Pentingnya Analisis SWOT untuk Pelaku UMKM*. Retrieved from Magfood.com: https://www.magfood.com/pentingnya-analisis-swot-untuk-pelaku-umkm/?srsltid=AfmBOoqKQKHBUS_TknLgEIXZ3CMMVL4-SiWjxzc8cdueweLraRipti0F
- Mahrudi, D. M. (2022). Teknik Analisis SWOT dalam sebuah Perencanaan Kegiatan. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*.
- Mega Novita Syafitri, R. S. (2022). Urgensi Sertifikasi Halal Food dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Al-Iqtishod : Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 10 No.1, 67-84.
- MUI. (2018). *Pedoman Sistem Jaminan Halal MUI*. Jakarta: LPPOM MUI.
- Mulyaningsih, T. L. (2021). "Pelatihan Digitalisasi dan Pengelolaan Produk UMKM Makanan Halal Tradisional di Sukoharjo". *KUAT : Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan* 3, No.2, 83-88.
- Pudji. (2024, Desember 17). *Dampak Sertifikasi Halal pada UMKM Produsen Makanan dan Minuman Anggota Desa Preneur model K45PAK*. Retrieved from Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada: <https://pasca.ugm.ac.id/dampak-sertifikasi-halal-pada-umkm-produsen-makanan-dan-minuman-anggota-desa-preneur-model-k45pak/>
- Saptantinah, D. A. (2025). Peningkatan Literasi Digital Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui Pelatihan dan Pendampingan pada UMKM Home Industry di Desa Genengan Karanganyar. *IJSTIAMI : International Journal of Social, Tax, Information, Administration, Management and*

Innovation , Vol. 7, Issue 2 .

- Sudarmono, A. (2024). Sertifikasi Halal dan Kontribusinya terhadap Ekonomi Indonesia. *Transformasi : Journal of Management, Administration, Education, and Religious Affairs* 4 No.2, 206-31.
- Sulistyo, A. E. (2022). LITERASI DIGITAL PELAKU UMKM DALAM UPAYA MENCIPTAKAN BISNIS BERKELANJUTAN. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2).
- Supriyanto, D. R. (2022). Strategi Pemasaran Digital sebagai Determinan Daya Saing Ekspor Produk Kreatif Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* 18 No.4, 312-27.
- Syu'aibi, M. M. (2023). "Fenomenologi Self Declare Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM Produk Makanan Dan Minuman Untuk Peningkatan Awareness Sertifikasi Halal Di Kabupaten Pasuruan,". *Jurnal Mu'allim*.
- UNIKOM. (2026). *Peran Kreativitas dan Inovasi dalam Pengembangan UMKM Kuliner di Era Digital*. Retrieved from <https://web.unikom.ac.id/peran-kreativitas-dan-inovasi-dalam-pengembangan-umkm-kuliner-di-era-digital/>