Journal of Halal Industry and Islamic Market Studies
Vol. 1, No. 1, June 2026, pp. 21-29
eISSN 3163-8945 | https://journal.gemacendekia.org/index.php/jhiims

Persepsi UMKM terhadap Proses dan Biaya Sertifikasi Halal BPJPH di Indonesia

Ahmad Zaki Ramadhan [a,1,*], Salsabila Nur Aini [b,2], Farhan Dwi Saputra [c,3]

[a] Program Studi Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia
[b] Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, Indonesia
[c] Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia
[1] ahmadzakiramadhan.journal@gmail.com*; [2] salsabilanuraini92@gmail.com; [3] farhandwisaputra90@gmail.com
* Corresponding Author

ABSTRACT

The development of halal product guarantee policies in Indonesia has encouraged micro, small, and medium enterprises to adjust their business activities to the halal certification obligations managed by the Halal Product Assurance Organizing Agency. The implementation of this policy has become important because halal certification functions not only as a legal obligation but also as an instrument to improve competitiveness, consumer trust, and the strengthening of halal product branding in the national market. This study aims to analyze the perceptions of MSME actors toward the process and cost of BPJPH halal certification in Indonesia. This study employed a qualitative descriptive method with a literature study approach through the analysis of regulations, scientific journals, and academic documents related to halal certification and halal product guarantee policies. The results showed that MSME actors generally understood the importance of halal certification but still faced administrative barriers, limited digital literacy, and perceptions of high costs in the halal certification process. The study also found that business actors who understood the economic benefits of halal certification tended to have more positive perceptions of BPJPH policies than business actors who only focused on short-term business sustainability. This study concludes that the successful implementation of halal certification policies requires procedural simplification, stronger digital assistance, and improved administrative literacy for MSMEs in order to increase the participation of small businesses in the national halal industry ecosystem.

Copyright © 2026, The Author(s)
This is an open-access article under the CC–BY-SA license

Article History
Received 2026-04-10
Revised 2026-05-02
Accepted 2026-05-14
Published 2026-06-24

Keywords
MSME Perception;
Halal Certification;
BPJPH;
Certification Cost;
Halal Product Assurance

PENDAHULUAN

Perkembangan industri halal di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan setelah pemerintah mengesahkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang mewajibkan produk yang beredar di Indonesia memiliki sertifikat halal (Republik Indonesia, 2014). Pemerintah kemudian membentuk BPJPH untuk mengelola proses sertifikasi halal secara nasional dan mengembangkan sistem digital SIHALAL guna mempercepat pelayanan sertifikasi halal bagi pelaku usaha, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, 2025; Santoso & Rachman, 2024). Pemerintah juga mengeluarkan berbagai kebijakan pendukung seperti Peraturan Menteri Agama Nomor 26 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal dan program sertifikasi halal gratis melalui skema self declare bagi UMKM (Republik Indonesia, 2019). Meskipun regulasi dan fasilitas telah berkembang, tingkat sertifikasi halal pada UMKM masih relatif rendah dibandingkan jumlah pelaku usaha yang mencapai puluhan juta unit usaha di Indonesia (Yandrizal et al., 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM masih menghadapi hambatan dalam memahami maupun menjalankan proses sertifikasi halal yang diselenggarakan oleh BPJPH.

How to cite: Ramadhan, A. Z., Aini, S. N., & Saputra, F. D. (2026). Persepsi UMKM terhadap Proses dan Biaya Sertifikasi Halal BPJPH di Indonesia. *Journal of Halal Industry and Islamic Market Studies, 1*(1), 21-29. https://doi.org/10.71094/jhiims.v1i1.85

Isu sertifikasi halal bagi UMKM menjadi semakin penting karena sertifikat halal tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban hukum, tetapi juga sebagai instrumen peningkatan daya saing produk di pasar domestik maupun global. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konsumen muslim semakin memperhatikan aspek halal, kepercayaan merek, dan kualitas produk sebelum melakukan pembelian maupun pembelian ulang terhadap suatu produk halal (Rahmawaty & Rakhmawati, 2022; Hussain et al., 2024). Pelaku usaha yang memiliki sertifikasi halal juga memperoleh manfaat berupa peningkatan loyalitas konsumen, citra merek, dan kepercayaan pasar terhadap produk yang dipasarkan (Kusmayadi & Albari, 2024; Fatma & Khan, 2023). Namun, banyak pelaku UMKM masih memandang proses sertifikasi halal sebagai prosedur yang rumit, membutuhkan waktu panjang, dan memerlukan biaya tambahan yang memberatkan usaha kecil (Santoso & Rachman, 2024). Pemerintah bahkan menunda kewajiban sertifikasi halal bagi produk makanan dan minuman UMKM hingga tahun 2026 karena mempertimbangkan keterbatasan kesiapan pelaku usaha serta kapasitas pendampingan yang tersedia (Kementerian Agama RI, 2024). Situasi tersebut memperlihatkan bahwa persepsi pelaku UMKM terhadap proses dan biaya sertifikasi halal masih menjadi persoalan penting dalam implementasi kebijakan jaminan produk halal di Indonesia.

Sejumlah penelitian telah membahas hubungan antara halal branding, halal awareness, brand trust, dan minat pembelian konsumen terhadap produk halal (Ali et al., 2021; Rahmawaty & Rakhmawati, 2022). Penelitian lain juga mengkaji pengaruh sertifikasi halal terhadap loyalitas konsumen, niat pembelian ulang, dan daya saing produk UMKM (Damayanti & Puspita, 2023; Yandrizal et al., 2025). Akan tetapi, sebagian besar penelitian lebih banyak berfokus pada perilaku konsumen dan dampak ekonomi sertifikasi halal setelah pelaku usaha berhasil memperoleh sertifikat halal. Penelitian terdahulu belum banyak mengkaji secara spesifik bagaimana pelaku UMKM memaknai proses sertifikasi halal BPJPH, terutama terkait persepsi terhadap kompleksitas prosedur, durasi layanan, biaya administrasi, biaya peluang usaha, serta kesiapan digital dalam penggunaan sistem SIHALAL. Beberapa studi memang menyebut hambatan biaya dan kurangnya informasi sebagai kendala utama, tetapi penelitian tersebut belum memisahkan secara rinci dimensi persepsi proses dan persepsi biaya dalam konteks implementasi kebijakan halal terbaru di Indonesia (Santoso & Rachman, 2024). Kekosongan tersebut menunjukkan perlunya penelitian yang lebih fokus pada pengalaman dan persepsi subjektif pelaku UMKM terhadap mekanisme sertifikasi halal BPJPH.

Penelitian ini memiliki relevansi akademik dan praktis karena persepsi pelaku UMKM terhadap proses dan biaya sertifikasi halal akan memengaruhi tingkat kepatuhan terhadap kebijakan jaminan produk halal di Indonesia. Pemahaman mengenai persepsi pelaku usaha dapat membantu pemerintah, BPJPH, dan lembaga pendamping dalam menyusun strategi kebijakan yang lebih responsif terhadap kondisi riil UMKM. Penelitian ini juga dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang menyebabkan sebagian pelaku usaha masih menunda atau menghindari pengajuan sertifikasi halal meskipun pemerintah telah menyediakan berbagai program fasilitasi. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi terhadap efektivitas digitalisasi layanan sertifikasi halal dan pelaksanaan program self declare bagi UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pelaku UMKM terhadap proses dan biaya sertifikasi halal BPJPH di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum empiris dengan desain penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian memusatkan perhatian pada persepsi pelaku usaha mikro, kecil,

dan menengah (UMKM) terhadap proses dan biaya sertifikasi halal yang diselenggarakan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Desain deskriptif dipilih karena penelitian berupaya menggambarkan secara sistematis pengalaman, pemahaman, serta penilaian pelaku UMKM terhadap implementasi kebijakan sertifikasi halal di Indonesia. Penelitian juga menempatkan regulasi jaminan produk halal sebagai konteks utama dalam memahami hubungan antara kebijakan negara dan respons pelaku usaha terhadap kewajiban sertifikasi halal. Pendekatan tersebut memungkinkan penelitian mengidentifikasi hambatan prosedural, biaya administratif, dan faktor kelembagaan yang memengaruhi persepsi pelaku UMKM terhadap layanan sertifikasi halal BPJPH.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif karena penelitian berfokus pada pemaknaan subjektif pelaku UMKM terhadap pengalaman mereka selama proses sertifikasi halal. Pendekatan ini memungkinkan penelitian menggali persepsi mengenai kerumitan prosedur, lamanya proses administrasi, kesiapan digital, serta beban biaya yang dirasakan oleh pelaku usaha dalam praktik sehari-hari. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi terhadap biaya, kualitas layanan, dan tingkat kepercayaan terhadap lembaga halal memengaruhi keputusan pelaku usaha dalam mengikuti proses sertifikasi halal (Rahmawaty & Rakhmawati, 2022; Kusmayadi & Albari, 2024). Pendekatan kualitatif juga relevan karena penelitian mengenai sertifikasi halal tidak hanya berkaitan dengan aspek administratif, tetapi juga berkaitan dengan persepsi manfaat ekonomi, kepercayaan pasar, dan kepatuhan terhadap regulasi halal nasional (Santoso & Rachman, 2024). Dengan pendekatan tersebut, penelitian dapat menjelaskan hubungan antara kebijakan BPJPH dan realitas implementasi yang dihadapi pelaku UMKM di lapangan.

Objek penelitian ini mencakup persepsi pelaku UMKM terhadap proses dan biaya sertifikasi halal BPJPH di Indonesia. Penelitian menggunakan sumber data sekunder yang berasal dari regulasi, jurnal ilmiah, prosiding, laporan kebijakan, dan dokumen akademik yang membahas sertifikasi halal, perilaku konsumen halal, halal branding, serta implementasi kebijakan jaminan produk halal. Penelitian memanfaatkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan Peraturan Menteri Agama Nomor 26 Tahun 2019 sebagai dasar normatif dalam menjelaskan kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha (Republik Indonesia, 2014; Republik Indonesia, 2019). Penelitian juga menggunakan berbagai artikel ilmiah yang membahas pengaruh halal awareness, brand trust, halal branding, dan loyalitas konsumen terhadap produk halal sebagai landasan teoritis dalam memahami urgensi sertifikasi halal bagi UMKM (Ali et al., 2021; Fatma & Khan, 2023). Selain itu, penelitian memanfaatkan hasil kajian mengenai digitalisasi sertifikasi halal dan implementasi SIHALAL untuk menjelaskan perubahan tata kelola layanan halal di Indonesia (Santoso & Rachman, 2024).

Penelitian mengumpulkan data melalui teknik studi kepustakaan dengan menelaah berbagai sumber ilmiah dan regulasi yang relevan dengan tema penelitian. Penelitian melakukan identifikasi terhadap referensi yang membahas persepsi pelaku UMKM, kebijakan sertifikasi halal, biaya sertifikasi, digitalisasi layanan halal, dan pengaruh sertifikasi halal terhadap daya saing usaha. Penelitian kemudian mengelompokkan data berdasarkan tema utama seperti persepsi biaya, persepsi proses, hambatan administratif, manfaat ekonomi, dan efektivitas kebijakan BPJPH. Teknik pengumpulan data juga melibatkan proses dokumentasi terhadap hasil penelitian terdahulu yang membahas perilaku konsumen halal, loyalitas merek halal, dan niat pembelian ulang produk halal sebagai faktor yang berkaitan dengan urgensi sertifikasi halal bagi pelaku usaha (Damayanti & Puspita, 2023; Hussain et al., 2024). Seluruh data yang digunakan berasal dari sumber yang telah dilampirkan dalam sesi penelitian ini sehingga penelitian menjaga konsistensi dan validitas referensi yang digunakan.

Penelitian menganalisis data menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, kategorisasi data, interpretasi data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian terlebih dahulu menyeleksi data yang relevan dengan fokus penelitian mengenai persepsi pelaku UMKM terhadap proses dan biaya sertifikasi halal BPJPH. Penelitian kemudian mengelompokkan data ke dalam beberapa kategori utama seperti hambatan biaya, kompleksitas prosedur, literasi digital, efektivitas kebijakan, dan manfaat ekonomi sertifikasi halal. Setelah proses kategorisasi selesai, penelitian menafsirkan hubungan antara regulasi halal, implementasi layanan BPJPH, dan persepsi pelaku UMKM terhadap kebijakan sertifikasi halal. Tahap akhir analisis dilakukan dengan menyusun kesimpulan berdasarkan pola temuan yang muncul dari berbagai sumber penelitian sehingga penelitian dapat menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi persepsi pelaku UMKM terhadap proses dan biaya sertifikasi halal di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Pelaku UMKM terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal

Hasil kajian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah memandang sertifikasi halal sebagai kebutuhan penting dalam kegiatan usaha, terutama untuk meningkatkan kepercayaan konsumen muslim terhadap produk yang dipasarkan. Pelaku UMKM memahami bahwa pemerintah telah menjadikan sertifikasi halal sebagai kewajiban hukum melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Republik Indonesia, 2014). Pemerintah juga memperkuat implementasi kebijakan tersebut melalui pembentukan BPJPH dan penerapan sistem sertifikasi halal nasional berbasis digital (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, 2025). Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha untuk mulai menyesuaikan proses produksi dan administrasi usaha agar sesuai dengan ketentuan jaminan produk halal. Namun, tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap mekanisme sertifikasi halal masih berbeda-beda karena kemampuan administratif dan akses informasi setiap pelaku usaha tidak sama.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pelaku usaha umumnya memiliki kesadaran normatif yang tinggi mengenai pentingnya sertifikasi halal, tetapi masih mengalami keraguan ketika harus menjalani proses administrasi sertifikasi secara langsung (Rahmawaty & Rakhmawati, 2022). Pelaku UMKM menilai bahwa sertifikasi halal mampu meningkatkan citra produk dan memperluas jangkauan pasar, khususnya pada konsumen muslim yang semakin memperhatikan aspek halal dalam keputusan pembelian (Ali et al., 2021). Penelitian mengenai perilaku konsumen halal juga menunjukkan bahwa label halal meningkatkan loyalitas konsumen terhadap suatu merek dan memperkuat hubungan antara brand trust dan keputusan pembelian ulang (Damayanti & Puspita, 2023; Hussain et al., 2024). Temuan tersebut memperlihatkan bahwa pelaku UMKM sebenarnya memahami manfaat ekonomi dari sertifikasi halal. Akan tetapi, manfaat tersebut sering kali dipandang sebagai keuntungan jangka panjang yang belum tentu langsung meningkatkan penjualan dalam waktu singkat.

Kajian ini menemukan bahwa sebagian pelaku UMKM masih menganggap sertifikasi halal sebagai beban administratif tambahan dibandingkan sebagai instrumen penguatan daya saing usaha. Persepsi tersebut muncul karena pelaku usaha harus menyiapkan berbagai dokumen administratif, data bahan baku, proses produksi, serta bukti legalitas usaha sebelum mengajukan sertifikasi halal. Pelaku usaha mikro yang memiliki kapasitas administrasi terbatas sering mengalami kesulitan dalam memenuhi persyaratan tersebut, terutama ketika usaha masih dikelola secara sederhana. Kondisi ini memperlihatkan bahwa implementasi kebijakan halal nasional belum sepenuhnya menyesuaikan kondisi riil pelaku UMKM di lapangan. Temuan

tersebut sejalan dengan penelitian Santoso dan Rachman yang menyatakan bahwa pelaku UMKM masih menghadapi hambatan prosedural dan literasi digital dalam proses sertifikasi halal berbasis SIHALAL (Santoso & Rachman, 2024).

Persepsi terhadap Biaya Sertifikasi Halal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi terhadap biaya sertifikasi halal menjadi faktor utama yang memengaruhi minat pelaku UMKM untuk mengajukan sertifikasi halal. Sebagian pelaku usaha tidak hanya memperhitungkan biaya administrasi resmi, tetapi juga menghitung biaya tidak langsung seperti biaya transportasi, biaya penyusunan dokumen, biaya konsultasi, dan waktu yang hilang selama proses pengurusan sertifikasi. Pelaku usaha mikro dengan modal usaha terbatas cenderung menganggap seluruh biaya tersebut sebagai beban tambahan yang dapat mengurangi stabilitas keuangan usaha. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pelaku usaha memilih menunda pengajuan sertifikasi halal meskipun telah memahami manfaat hukumnya. Persepsi biaya menjadi semakin kuat ketika pelaku usaha belum merasakan hubungan langsung antara kepemilikan sertifikat halal dan peningkatan keuntungan usaha.

Pemerintah sebenarnya telah menyediakan berbagai program fasilitasi sertifikasi halal gratis bagi UMKM melalui skema self declare dan program SEHATI yang dijalankan BPJPH (Kementerian Agama RI, 2024). Akan tetapi, tidak semua pelaku usaha dapat memanfaatkan program tersebut karena keterbatasan informasi, keterbatasan kuota, dan proses administratif yang masih dianggap rumit. Penelitian Yandrizal et al. menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan daya saing produk UMKM dan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk lokal (Yandrizal et al., 2025). Namun, manfaat tersebut belum cukup untuk menghilangkan persepsi negatif terhadap biaya sertifikasi halal pada kelompok usaha mikro yang memiliki tingkat keuntungan rendah. Pelaku usaha cenderung lebih fokus pada kebutuhan operasional harian dibandingkan investasi legalitas usaha jangka panjang.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa persepsi biaya tidak selalu berkaitan dengan nominal biaya resmi yang ditetapkan pemerintah. Sebagian pelaku usaha justru menganggap proses pengumpulan dokumen dan penyesuaian administrasi usaha sebagai bentuk biaya yang lebih berat dibandingkan pembayaran administrasi sertifikasi itu sendiri. Pelaku UMKM yang belum memiliki Nomor Induk Berusaha, pencatatan bahan baku, atau dokumen pendukung lainnya membutuhkan waktu tambahan untuk memenuhi seluruh persyaratan administratif. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa konsep biaya dalam persepsi UMKM bersifat multidimensional dan tidak hanya berkaitan dengan aspek finansial. Temuan ini mendukung analisis Kusmayadi dan Albari yang menjelaskan bahwa halal branding dan kepercayaan pasar baru dapat terbentuk secara optimal ketika pelaku usaha mampu memenuhi standar halal secara konsisten dan terstruktur (Kusmayadi & Albari, 2024).

Kompleksitas Proses Sertifikasi Halal dan Literasi Digital

Kajian ini menemukan bahwa kompleksitas proses sertifikasi halal masih menjadi hambatan utama bagi sebagian pelaku UMKM. Pemerintah telah menerapkan digitalisasi layanan melalui SIHALAL untuk mempercepat proses administrasi sertifikasi halal, tetapi tidak semua pelaku usaha memiliki kemampuan digital yang memadai untuk menggunakan sistem tersebut secara mandiri. Pelaku usaha yang belum terbiasa menggunakan layanan administrasi berbasis daring sering mengalami kesulitan ketika harus mengunggah dokumen, memahami tahapan verifikasi, atau menyesuaikan format administrasi yang diminta sistem. Hambatan tersebut menyebabkan proses pengajuan sertifikasi menjadi lebih lambat dan meningkatkan ketergantungan pelaku usaha terhadap pendamping halal. Kondisi ini menunjukkan bahwa

transformasi digital dalam tata kelola halal belum sepenuhnya diikuti dengan peningkatan kapasitas digital pelaku UMKM.

Santoso dan Rachman menjelaskan bahwa digitalisasi sertifikasi halal memang mampu mempercepat pelayanan administratif dan memperkuat kepastian hukum dalam proses sertifikasi halal nasional (Santoso & Rachman, 2024). Akan tetapi, penelitian tersebut juga menemukan adanya ketimpangan literasi digital yang menyebabkan sebagian UMKM sulit mengikuti perubahan sistem pelayanan halal berbasis digital. Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa pelaku usaha di sektor mikro masih membutuhkan pendampingan intensif selama proses pengajuan sertifikasi halal. Pendamping halal memiliki peran penting dalam membantu pelaku usaha memahami prosedur administratif, melengkapi dokumen, dan menjelaskan tahapan sertifikasi halal secara praktis. Tanpa pendampingan yang memadai, pelaku usaha cenderung menganggap proses sertifikasi halal sebagai prosedur yang rumit dan membingungkan.

Penelitian ini juga menemukan bahwa perubahan regulasi dan penyesuaian teknis sistem SIHALAL sering menimbulkan kebingungan pada pelaku UMKM. Pelaku usaha yang sebelumnya telah memahami prosedur tertentu harus kembali menyesuaikan diri ketika pemerintah memperbarui mekanisme administrasi atau persyaratan teknis tertentu. Situasi tersebut memperkuat persepsi bahwa sertifikasi halal merupakan proses birokrasi yang tidak stabil dan sulit diprediksi. Persepsi tersebut dapat mengurangi motivasi pelaku usaha untuk segera mengurus sertifikasi halal, terutama bagi UMKM yang belum memiliki kebutuhan pasar yang mendesak terhadap label halal. Kondisi ini memperlihatkan bahwa keberhasilan digitalisasi layanan halal tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga bergantung pada konsistensi regulasi dan efektivitas komunikasi kebijakan kepada pelaku usaha.

Sertifikasi Halal sebagai Instrumen Daya Saing Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang memahami manfaat strategis sertifikasi halal cenderung memiliki persepsi lebih positif terhadap kebijakan BPJPH. Pelaku usaha melihat sertifikasi halal sebagai alat untuk meningkatkan kredibilitas produk, memperluas akses pasar, dan memperkuat loyalitas konsumen terhadap merek usaha. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa halal branding memiliki pengaruh signifikan terhadap purchase intention dan word of mouth pada konsumen produk halal di Indonesia (Kusmayadi & Albari, 2024). Selain itu, konsumen muslim semakin mempertimbangkan aspek halal, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap merek sebelum melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk halal (Hussain et al., 2024). Kondisi tersebut mendorong sebagian pelaku usaha untuk menjadikan sertifikasi halal sebagai bagian dari strategi pemasaran dan pengembangan usaha.

Penelitian Ali et al. menunjukkan bahwa halal brand, religiusitas, dan kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap minat pembelian produk halal di pasar muslim (Ali et al., 2021). Temuan tersebut memperlihatkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan hukum, tetapi juga berkaitan dengan pembentukan citra usaha di mata konsumen. Pelaku UMKM yang telah memahami hubungan antara sertifikasi halal dan loyalitas konsumen cenderung lebih siap menjalani proses sertifikasi meskipun menghadapi kendala administratif tertentu. Pelaku usaha juga memandang sertifikat halal sebagai bentuk pengakuan formal terhadap kualitas dan keamanan produk yang dipasarkan. Persepsi positif tersebut biasanya muncul pada pelaku usaha yang telah memiliki orientasi pasar lebih luas dan memiliki target konsumen yang lebih kompetitif.

Namun, penelitian ini menemukan bahwa manfaat ekonomi sertifikasi halal belum dirasakan secara merata oleh seluruh pelaku UMKM. Pelaku usaha yang beroperasi pada pasar

lokal tradisional sering kali mengandalkan hubungan sosial dan kepercayaan langsung dengan konsumen tanpa membutuhkan legalitas halal formal. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pelaku usaha belum melihat sertifikasi halal sebagai kebutuhan mendesak bagi kelangsungan usaha mereka. Temuan ini memperlihatkan adanya perbedaan persepsi antara UMKM yang berorientasi ekspansi pasar dengan UMKM yang hanya berorientasi pada stabilitas usaha lokal. Situasi tersebut menunjukkan bahwa efektivitas kebijakan sertifikasi halal juga dipengaruhi oleh karakteristik pasar dan orientasi bisnis masing-masing pelaku usaha.

Evaluasi Kebijakan BPJPH terhadap Pelaku UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan BPJPH telah memberikan perubahan penting dalam tata kelola sertifikasi halal nasional, terutama melalui digitalisasi layanan dan penyediaan program sertifikasi halal gratis bagi UMKM. Pemerintah berupaya memperluas akses sertifikasi halal melalui berbagai kebijakan fasilitasi dan pendampingan agar pelaku usaha mikro dapat memenuhi kewajiban hukum secara lebih mudah (Kementerian Agama RI, 2024). Kebijakan tersebut menunjukkan bahwa pemerintah menyadari pentingnya keterlibatan UMKM dalam penguatan ekosistem industri halal nasional. Akan tetapi, implementasi kebijakan di lapangan masih menghadapi berbagai hambatan administratif dan keterbatasan sumber daya pendamping halal. Kondisi tersebut menyebabkan efektivitas kebijakan belum sepenuhnya dirasakan secara merata oleh seluruh pelaku usaha.

Santoso dan Rachman menjelaskan bahwa digitalisasi layanan halal telah meningkatkan efisiensi administrasi dan mempercepat proses sertifikasi halal secara nasional (Santoso & Rachman, 2024). Namun, penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa ketimpangan literasi digital dan keterbatasan infrastruktur masih menjadi hambatan penting bagi pelaku UMKM. Penelitian ini menemukan pola serupa, terutama pada pelaku usaha mikro yang belum terbiasa menggunakan layanan digital dan masih bergantung pada bantuan pendamping halal. Keterbatasan jumlah pendamping halal menyebabkan sebagian pelaku usaha harus menunggu lebih lama dalam proses pengajuan sertifikasi halal. Situasi tersebut memperlihatkan bahwa reformasi tata kelola halal membutuhkan dukungan sumber daya manusia yang memadai agar pelayanan dapat berjalan lebih efektif.

Penelitian ini juga menemukan bahwa penundaan kewajiban sertifikasi halal bagi produk makanan dan minuman UMKM hingga tahun 2026 menunjukkan bahwa pemerintah masih menghadapi tantangan dalam implementasi kebijakan halal nasional (Kementerian Agama RI, 2024). Penundaan tersebut memberikan waktu tambahan bagi pelaku usaha untuk menyesuaikan kesiapan administrasi dan legalitas usaha sebelum kewajiban halal diterapkan secara penuh. Namun, kebijakan penundaan juga berpotensi menurunkan persepsi urgensi sertifikasi halal pada sebagian pelaku UMKM. Pelaku usaha dapat menganggap sertifikasi halal sebagai kewajiban yang masih dapat ditunda sehingga motivasi untuk segera mengurus sertifikasi menjadi lebih rendah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemerintah perlu menyeimbangkan antara kebijakan relaksasi regulasi dan strategi peningkatan kesadaran halal pada pelaku usaha.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pelaku UMKM terhadap proses dan biaya sertifikasi halal BPJPH dipengaruhi oleh kombinasi faktor administratif, ekonomi, digital, dan pasar. Pelaku usaha yang memahami manfaat strategis sertifikasi halal cenderung memiliki persepsi lebih positif terhadap kebijakan BPJPH. Sebaliknya, pelaku usaha yang memiliki keterbatasan administrasi, modal, dan literasi digital cenderung memandang sertifikasi halal sebagai beban tambahan dalam kegiatan usaha. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa keberhasilan implementasi kebijakan jaminan produk halal tidak hanya bergantung pada regulasi formal, tetapi juga bergantung pada kemampuan pemerintah dalam membangun sistem

layanan yang sederhana, terjangkau, dan mudah dipahami oleh pelaku UMKM. Dengan demikian, penguatan pendampingan, penyederhanaan prosedur, dan peningkatan literasi digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan partisipasi UMKM dalam program sertifikasi halal nasional.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah terhadap proses dan biaya sertifikasi halal BPJPH masih dipengaruhi oleh berbagai hambatan administratif, ekonomi, dan digital. Sebagian pelaku UMKM telah memahami pentingnya sertifikasi halal sebagai instrumen peningkatan kepercayaan konsumen, penguatan citra merek, dan perluasan akses pasar. Namun, pelaku usaha masih memandang proses sertifikasi halal sebagai prosedur yang rumit karena membutuhkan dokumen administratif yang cukup banyak, kemampuan penggunaan sistem digital, serta waktu pengurusan yang tidak singkat. Persepsi terhadap biaya juga tidak hanya berkaitan dengan biaya resmi sertifikasi, tetapi mencakup biaya tidak langsung seperti biaya pengumpulan dokumen, biaya transportasi, dan hilangnya waktu produksi selama proses administrasi berlangsung. Penelitian ini juga menemukan bahwa pelaku UMKM yang memiliki pemahaman lebih baik mengenai manfaat ekonomi sertifikasi halal cenderung memiliki persepsi lebih positif terhadap kebijakan BPJPH dibandingkan pelaku usaha yang hanya berorientasi pada keberlangsungan usaha jangka pendek.

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat kajian mengenai hubungan antara kepatuhan regulatif, halal branding, dan persepsi pelaku usaha dalam implementasi kebijakan jaminan produk halal di Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan kebijakan halal nasional tidak hanya ditentukan oleh keberadaan regulasi formal, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman subjektif pelaku usaha selama menjalani proses sertifikasi halal. Secara praktis, hasil penelitian menunjukkan pentingnya penyederhanaan prosedur administrasi, penguatan literasi digital, dan peningkatan kualitas pendampingan halal bagi pelaku UMKM. Pemerintah dan BPJPH perlu memperkuat strategi komunikasi kebijakan agar pelaku usaha memahami manfaat jangka panjang sertifikasi halal bagi pengembangan usaha mereka. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan efektivitas program sertifikasi halal gratis dan optimalisasi layanan SIHALAL bagi UMKM.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memengaruhi ruang lingkup analisis penelitian. Penelitian hanya menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi kepustakaan sehingga penelitian belum menggambarkan pengalaman langsung pelaku UMKM melalui wawancara atau observasi lapangan. Penelitian juga bergantung pada sumber data sekunder yang telah tersedia sehingga variasi pengalaman pelaku usaha dari berbagai daerah dan sektor usaha belum tergambarkan secara mendalam. Selain itu, penelitian belum membandingkan persepsi pelaku usaha berdasarkan kategori usaha, tingkat literasi digital, maupun kapasitas ekonomi masing-masing UMKM. Keterbatasan tersebut menyebabkan hasil penelitian lebih berfokus pada pola umum persepsi pelaku UMKM terhadap proses dan biaya sertifikasi halal BPJPH.

Penelitian selanjutnya perlu mengembangkan pendekatan empiris melalui survei, wawancara mendalam, atau observasi lapangan terhadap pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha dan wilayah di Indonesia. Penelitian mendatang juga perlu mengukur secara lebih spesifik hubungan antara tingkat literasi digital, kapasitas usaha, dan persepsi terhadap efektivitas layanan SIHALAL dalam proses sertifikasi halal. Pemerintah dan BPJPH perlu meningkatkan pendampingan administratif dan digital bagi pelaku usaha mikro agar proses sertifikasi halal menjadi lebih mudah dipahami dan dijalankan. Selain itu, pemerintah perlu memperkuat sosialisasi mengenai manfaat ekonomi sertifikasi halal agar pelaku UMKM tidak hanya

memandang sertifikasi halal sebagai kewajiban hukum, tetapi juga sebagai strategi penguatan daya saing usaha. Dengan langkah tersebut, implementasi kebijakan jaminan produk halal di Indonesia dapat berjalan lebih efektif dan mampu meningkatkan partisipasi UMKM dalam ekosistem industri halal nasional.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, A., Sherwani, M., Ali, Z., & Khan, S. (2021). Investigating the antecedents of halal brand product purchase intention: An empirical investigation. *Journal of Islamic Marketing, 12*(2), 1339–1362. https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0063

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2025, January 17). *Tentang BPJPH*. BPJPH Kementerian Agama RI. https://halal.go.id/

Damayanti, L., & Puspita, R. (2023). Brand loyalty and halal awareness in halal beverage products among Gen Z. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen, 15*(2), 198–211. https://doi.org/10.31937/manajemen.v15i2.3314

Fatma, M., & Khan, I. (2023). Corporate social responsibility and brand advocacy among consumers: The mediating role of brand trust. *Sustainability, 15*(3), Article 2777. https://doi.org/10.3390/su15032777

Hussain, K., Fayyaz, M. S., Shamim, A., Abbasi, A. Z., & Abid, M. F. (2024). Attitude, repurchase intention and brand loyalty toward halal cosmetics. *Journal of Islamic Marketing, 15*(2), 293–313. https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2022-0210

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2024, May 16). *Kewajiban sertifikasi halal produk UMKM ditunda, Menag: Pemerintah perhatikan pelaku UMKM*. https://kemenag.go.id/

Kusmayadi, H., & Albari, A. (2024). Halal branding construct and its influence on purchase intention and WoM in Indonesia. *Journal of Business and Management Review, 5*(7), 553–574. https://doi.org/10.47153/jbmr.v5i7.1068

Rahmawaty, A., & Rakhmawati, I. (2022). Repurchase intention of halal cosmetic product among Muslim consumers: The roles of Islamic branding, halal awareness, and trust. *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam, 15*(1), 1–20. https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v15i1.14668

Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*. Lembaran Negara Republik Indonesia.

Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Menteri Agama Nomor 26 Tahun 2019 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Jaminan Produk Halal*. Kementerian Agama Republik Indonesia.

Santoso, L., & Rachman, A. (2024). Digitalising halal certification: The dynamic of regulations and policies concerning halal certification in Indonesia. *Jurisdictie: Jurnal Hukum dan Syariah, 14*(2), 265–293. https://doi.org/10.18860/j.v14i2.24115

Yandrizal, S., Sari, A. K., Arkan, F., Imamuddin, M., & Alfin, A. (2025). The impact of halal certification on the competitiveness of MSME products in Indonesia. *ICIEFS Proceeding, 3*(1), 162–167. https://doi.org/10.30983/iciefs.v3i1.918