

Challenges and Opportunities in Implementing Halal Certification in Local Culinary MSMEs: A Case Study of Warung Kopi Yuk Am in Gresik

Tantangan dan Peluang Penerapan Sertifikasi Halal pada UMKM Kuliner Lokal: Studi Kasus Warung Kopi *Yuk Am* di Gresik

**Nur Muammalatul Fauzah[✉], Anggi Nufita Sari,
Maftukhatul Faziani, Muhammad Ersya Faraby**
Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Indonesia
[✉] 220721100072@student.trunojoyo.ac.id

Submitted: 2025-10-20

Revised: 2025-11-20

Accepted: 2025-11-24

ABSTRACT

The global halal industry is showing rapid growth as consumer awareness of the importance of safe, hygienic, and Islamically compliant products increases. In Indonesia, the enactment of Law Number 33 of 2014 concerning Halal Product Assurance and the mandatory halal certification requirement on October 17, 2024, are crucial for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to strengthen their competitiveness. However, implementation still faces challenges, particularly for culinary MSMEs with limited funds, understanding, and access to information. This study aims to identify the challenges and opportunities for implementing halal certification in local culinary MSMEs through a case study of Warung Kopi Yuk Am in Gresik Regency, East Java. The study used a qualitative approach. Data were obtained through in-depth interviews with the business owner, field observations, and academic literature review. Analysis was conducted using the Miles and Huberman interactive model, which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The research findings indicate that the main challenges in implementing halal certification include limited supply chains for halal raw materials, a lack of understanding of certification procedures, experiences with incomplete registration, and environmentally unfriendly waste management. However, the presence of Halal Product Process Facilitators (PPH) has proven to simplify the certification process, leading to stalls obtaining halal certification. Furthermore, halal certification offers significant opportunities, such as increasing consumer trust, encouraging product innovation, and strengthening competitiveness, especially in the digital marketplace. Therefore, halal certification is not merely an administrative obligation but also a crucial strategy for maintaining the sustainability and development of traditional culinary MSMEs in Indonesia.

Keywords: *halal certification, msme, local cuisine*



ABSTRAK

Industri halal global menunjukkan perkembangan pesat seiring meningkatnya kesadaran konsumen terhadap pentingnya produk yang aman, higienis, dan sesuai syariat Islam. Di Indonesia, kebijakan melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal serta penetapan kewajiban sertifikasi halal pada 17 Oktober 2024 menjadi momentum penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperkuat daya saing. Namun, pelaksanaannya masih menghadapi kendala, terutama bagi UMKM kuliner yang terbatas dalam biaya, pemahaman, dan akses informasi. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi tantangan dan peluang penerapan sertifikasi halal pada UMKM kuliner lokal dengan studi kasus Warung Kopi Yuk Am di Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, observasi lapangan, serta telaah literatur akademik. Analisis dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan utama dalam penerapan sertifikasi halal meliputi keterbatasan rantai pasok bahan baku halal, kurangnya pemahaman terhadap prosedur sertifikasi, pengalaman pendaftaran yang sempat tidak tuntas, serta pengelolaan limbah yang belum ramah lingkungan. Namun, kehadiran Pendamping Proses Produk Halal (PPH) terbukti mempermudah proses sertifikasi hingga warung memperoleh sertifikat halal. Di sisi lain, sertifikasi halal memberikan peluang besar seperti peningkatan kepercayaan konsumen, mendorong inovasi produk, serta memperkuat daya saing terutama di pasar digital. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya menjadi kewajiban administratif, tetapi juga strategi penting dalam menjaga keberlanjutan dan pengembangan UMKM kuliner tradisional di Indonesia.

Kata kunci: sertifikasi halal, UMKM, kuliner lokal

PENDAHULUAN

Industri halal global kini menjadi salah satu sektor dengan perkembangan paling pesat, seiring meningkatnya kesadaran konsumen muslim terhadap pentingnya konsumsi produk yang aman, higienis, dan sesuai standar etika. Berdasarkan *State of the Global Islamic Economy 2023*, jual beli produk halal mencapai USD 2,29 triliun di tahun 2023.¹ Fakta ini menunjukkan bahwa halal telah bertransformasi dari sekadar isu agama menjadi standar kualitas internasional. Produk dengan label halal dipersepsikan lebih higienis, aman, dan berkualitas tinggi sehingga mampu menembus pasar global yang lebih luas, bahkan di negara dengan populasi muslim minoritas.

Indonesia memiliki posisi yang sangat strategis dalam peta industri halal global. Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, yakni sekitar 87,14% dari total populasi 249,82

¹ Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), "Republik Indonesia TAHUN 2024 Pengembangan Teknologi Unggulan Industri Halal," *Buku Pengembangan Teknologi Unggulan Industri Halal*, 2024.

juta jiwa, kebutuhan akan produk halal tidak sekadar tren, melainkan kebutuhan mendasar.² Pemerintah Indonesia menindaklanjuti hal ini dengan memperkuat regulasi melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Regulasi tersebut mengatur kewajiban sertifikasi halal untuk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, serta produk gunaan yang diperdagangkan di Indonesia. Implementasinya diperjelas dengan Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019, serta diperkuat melalui penetapan 17 Oktober 2024 sebagai batas waktu kewajiban sertifikasi halal bagi seluruh produk makanan dan minuman.³

Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kebijakan ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang. Menurut Data Kementerian Koperasi dan UKM (2024) mencatat bahwa jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah.⁴ UMKM kuliner tidak hanya menjadi motor penggerak ekonomi nasional, tetapi juga menjadi bagian penting dari identitas budaya lokal, karena menyajikan makanan dan minuman yang sesuai dengan cita rasa daerah masing-masing. Namun demikian, tantangan besar muncul karena mayoritas UMKM masih menghadapi keterbatasan pengetahuan, biaya, dan akses terhadap sertifikasi halal.

Di Jawa Timur, khususnya Kabupaten Gresik, UMKM kuliner mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Gresik dikenal sebagai kota santri sekaligus kota industri, yang memiliki kultur religius kuat dan populasi muslim mayoritas. Kehadiran UMKM kuliner lokal, termasuk warung kopi, bukan sekadar penyedia produk konsumsi, tetapi juga ruang sosial budaya yang mempertemukan berbagai lapisan masyarakat.⁵ Salah satu contohnya adalah Warung Kopi Yuk am, sebuah usaha kuliner lokal yang berkembang pesat dengan menawarkan menu kopi khas dan sajian makanan ringan yang digemari oleh masyarakat sekitar. Dalam konteks budaya Gresik yang religius, keberadaan sertifikasi halal bukan hanya kewajiban hukum, melainkan juga faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen.

Penelitian terdahulu telah menunjukkan beragam temuan mengenai penerapan sertifikasi halal pada UMKM. Misalnya, penelitian oleh Arina & Khusnul (2024) mengungkap bahwa labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada restoran di Surabaya.⁶ Penelitian lain oleh Agus & Astoeti (2025) menegaskan bahwa sertifikasi halal dan digital marketing menjadi salah

² Ridha Perdana Kusuma, "Data Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Agama Pada Semester I/2025," 1 September, 2025.

³ Berita Pemko, "17 Oktober 2024, Kuliner UMKM Wajib Sertifikasi Halal Produk Makanan Dan Minuman," 30 Juni, 2024.

⁴ Kementerian Keuangan RI, "UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat," 04 November, 2024.

⁵ Ratih Puspa and Nila Yani Hardiyanti, "Coffee Culture Di Indonesia : Pola Konsumsi Konsumen Pengunjung Kafe, Kedai Kopi Dan Warung Kopi Di Gresik," *Jurnal Media Dan Komunikasi* 2, no. 1 (2021): 26, <https://doi.org/10.20473/medkom.v2i1.26380>.

⁶ Arina Nailil Muna and Khusnul Fikriyah, "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Ta Wan Di Kota Surabaya," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 7 (2024): 24–35.

satu strategi branding penting bagi UMKM kuliner untuk meningkatkan kompetisi dan memperluas pasar.⁷ Namun, penelitian dari Anita et.al (2024) menemukan bahwa banyak pelaku UMKM yang belum memiliki sertifikasi halal karena berbagai kendala: pengetahuan (*literacy*), izin edar, biaya, dan tempat, sehingga tingkat kepatuhan masih belum merata.⁸ Temuan-temuan ini menunjukkan adanya perbedaan sudut pandang: sebagian penelitian melihat sertifikasi halal sebagai peluang, sementara sebagian lain menyoroti kendala dan tantangan yang dihadapi pelaku usaha.

Kesenjangan penelitian muncul karena sebagian besar kajian sebelumnya berfokus pada kota-kota besar atau UMKM berskala menengah yang relatif memiliki akses lebih baik terhadap informasi dan regulasi. Belum banyak penelitian yang mengkaji secara spesifik pengalaman UMKM kuliner lokal di daerah semi-urban seperti Gresik, terutama dengan studi kasus warung kopi tradisional yang menjadi bagian penting dari budaya konsumsi masyarakat. Selain itu, penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti aspek konsumen (seperti kepuasan dan loyalitas), sementara kajian mengenai tantangan administratif, biaya, dan kesiapan pelaku UMKM untuk memenuhi kewajiban sertifikasi halal masih terbatas.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki keterbaruan dalam dua aspek utama. Pertama, fokus penelitian diarahkan pada UMKM kuliner lokal berskala kecil, yaitu Warung Kopi Yuk am di Gresik, yang merepresentasikan realitas pelaku usaha mikro dengan segala keterbatasannya. Kedua, penelitian ini tidak hanya meninjau peluang sertifikasi halal sebagai strategi bisnis, tetapi juga menganalisis tantangan konkret yang dihadapi, seperti keterbatasan biaya, akses informasi, dan persepsi pelaku usaha. Kombinasi ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai dinamika penerapan sertifikasi halal di tingkat lokal.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi secara mendalam tantangan dan peluang penerapan sertifikasi halal pada UMKM kuliner lokal, dengan mengambil studi kasus Warung Kopi Yuk am di Gresik. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis berupa literatur baru mengenai industri halal di sektor UMKM, sekaligus rekomendasi praktis bagi pelaku usaha, pemerintah daerah, dan lembaga sertifikasi. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya kajian ilmiah, tetapi juga berkontribusi dalam mendukung akselerasi implementasi regulasi halal di Indonesia.

⁷ Agus Subandono et al., "Optimalisasi Digital Marketing Dan Sertifikasi Halal Pada Produk UMKM □ 1 Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah" 9, no. 49 (2025): 15–27.

⁸ Anita Wijayanti, Ratna Damayanti, and Djoko Kristianto, "Sertifikasi Halal UMKM Makanan: Kontribusi Pengabdian Masyarakat Dalam Menciptakan Nilai Tambah Pada Sektor Pangan," *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2024): 25–29, <https://doi.org/10.55681/swarna.v3i1.1115>.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengkaji tentang tantangan dan peluang penerapan sertifikasi halal pada UMKM kuliner lokal, dengan fokus pada studi kasus warung kopi Yuk Am di Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penulis memilih metode kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam terkait tantangan dan peluang dalam penerapan sertifikasi halal pada UMKM kuliner lokal. Lokasi penelitian di Warung Kopi Yuk Am yang berada di Kabupaten Gresik, Jawa Timur.

Sumber data diperoleh melalui data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha warung kopi Yuk Am mengenai pengalaman hambatan serta peluang dalam penerapan sertifikasi halal. Data sekunder diperoleh melalui tinjauan literatur (*literature review*) dari beberapa jurnal yang diterbitkan antara tahun 2020 hingga 2025. Jurnal diambil dari database akademik terpercaya seperti Google Scholar, dengan kata kunci yang relevan untuk memperkuat analisis.

Data yang terkumpul kemudian di analisis menggunakan model Miles dan Huberman yang diterapkan dengan cara mengelompokkan data hasil wawancara mendalam dan observasi secara langsung. Kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif dan kutipan wawancara untuk menampilkan pola temuan sehingga diperoleh suatu kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM dalam Sektor Kuliner

Masyarakat Indonesia sudah sangat *familiar* dengan istilah "usaha mikro kecil menengah", atau UMKM. Namun, masyarakat Indonesia masih banyak yang belum memahami apa itu UMKM. UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh orang-orang atau berbentuk badan usaha dengan operasi kecil atau mikro. Usaha kecil (UMKM) merupakan salah satu jenis usaha kecil yang sangat berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat karena keberadaan mereka memungkinkan mereka bertahan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat dalam situasi apa pun.⁹ Saat krisis moneter tahun 1998 terjadi, UMKM terbukti kuat. Banyak usaha besar berjatuh, tetapi UMKM tetap bertahan dan bahkan lebih banyak. Secara umum, UMKM memainkan peran dalam ekonomi, salah satunya adalah penyedia lapangan kerja pengembangan dan pemberdayaan ekonomi lokal, dan inovatif dalam menciptakan pasar baru.¹⁰

⁹ Ana Rita Garcia et al., *Entrepreneurial Mindset & Skills* (Nagari Kota Baru, 2021).

¹⁰ Kadeni, Ninik Sriyani, "Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya* 8, no. 2 (2020): 191, <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner merupakan salah satu sub-sektor ekonomi kreatif yang berkembang pesat di Indonesia. Sektor ini mencakup berbagai jenis usaha makanan dan minuman, baik yang berskala rumah tangga, warung tradisional, hingga kedai modern seperti *coffee shop*. Sektor kuliner lokal menyumbang kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif nasional.¹¹ Hal ini menunjukkan bahwa UMKM kuliner memiliki posisi strategis dalam pembangunan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta pelestarian budaya kuliner Nusantara. UMKM kuliner memiliki keunggulan karena mampu mengangkat potensi lokal, bahan baku yang mudah didapat, dan cita rasa yang sesuai dengan selera masyarakat setempat. Makanan dan minuman lokal atau tradisional merupakan makanan dan minuman yang terdiri dari jajanan dan campuran yang telah digunakan secara tradisional. Makanan tradisional telah berkembang secara khusus di wilayah tertentu dan dibuat berdasarkan resep yang telah lama dikenal oleh masyarakat setempat dengan sumber bahan lokal dan memiliki cita rasa yang relatif sesuai dengan budaya lokal.

Regulasi Sertifikasi Halal di Indonesia

Sertifikasi mutu adalah persyaratan yang harus dipenuhi dalam proses pengawasan mutu makanan, yang dapat dilakukan secara laboratoris atau dengan cara lain sesuai dengan kemajuan teknologi. Sertifikasi ini memberikan jaminan kepada masyarakat bahwa makanan yang dibeli telah memenuhi standar mutu tertentu, tanpa mengurangi tanggung jawab produsen untuk mematuhi persyaratan. Sedangkan kata halal berarti diperbolehkan (oleh hukum Islam), tidak haram. Halal berasal dari bahasa Arab *halla* yang artinya “lepas” atau “tidak terikat”. Secara etimologi kata *halalan* berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya, atau segala sesuatu yang bebas dari bahaya duniawi dan ukhrawi.¹² Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Quran surah Al Baqarah:168 yang berbunyi

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.

Menurut Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI), produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai syari'at Islam disebut

¹¹ Tuwuh Adhistyo Wijoyo, S.N Krisnawati, and Aletta Dewi M, “Peningkatan Inovasi Kuliner Lokal Desa Wisata Kota Semarang,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin* 2, no. 1 (2022): 1–14.

¹² Asri Wahyuningrum, H. Anasom, and Thohir Yuli Kusmanto, “Strategi Dakwah Mui (Majelis Ulama Indonesia) Jawa Tengah Melalui Sertifikasi Halal,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 35, no. 2 (2017): 186, <https://doi.org/10.21580/jid.v35.2.1618>.

sebagai halal. Produk ini tidak mengandung babi atau produk babi yang berasal dari babi, dan juga tidak mengandung alkohol sebagai bahan yang sengaja ditambahkan.¹³ Jadi Sertifikasi Halal adalah proses mendapatkan sertifikat halal yang menunjukkan bahwa bahan, proses produksi, dan sistem jaminan halal memenuhi standar LPPOM MUI. Sertifikat Halal adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk, yang dibuat oleh sidang Komisi Fatwa MUI berdasarkan proses audit yang dilakukan oleh LPPOM MUI.

Regulasi sertifikasi halal di Indonesia dapat dilakukan menggunakan *self declare* dan *regular*. Dalam sertifikasi halal, *self-declaration* adalah pernyataan yang dinyatakan oleh individu atau organisasi bahwa objek tersebut sesuai dengan persyaratan tertentu. Undang-undang menetapkan dua skema sertifikasi halal yaitu, pernyataan mandiri pelaku usaha atau pernyataan sendiri yang diawasi oleh auditor halal.¹⁴ Sedangkan sertifikasi halal reguler adalah proses verifikasi dan sertifikasi halal yang melibatkan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) yang terakreditasi, seperti LPPOM MUI. Prosesnya melibatkan audit yang menyeluruh terhadap seluruh aspek produksi dan proses untuk memastikan produk memenuhi standar halal yang berlaku.¹⁵

Hasil Penelitian

Warung kopi Yuk Am merupakan usaha kuliner lokal yang berdiri sejak Tahun 1995 di sebuah Desa di Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Meskipun lokasinya di pedesaan, posisinya cukup strategis karena berada tepat di pinggir jalan raya utama. Keberadaan warung kopi yang sudah berdiri sekitar 30 tahun ini menjadikan warung kopi ini cukup dikenal oleh para pelanggan baik dari warga lokal setempat maupun masyarakat luar yang sedang melintas. Hal ini, membuat warung kopi ini cukup ramai. Sejak awal berdirinya warung kopi ini, pemilik warung tetap mempertahankan menu lokal yang sederhana seperti kopi hitam. Pemilik sengaja menjaga konsep ini agar tetap menjadi ciri khas yang membedakan warung dengan kedai kopi modern atau cafe umumnya. Rasa kopi racikan tradisional yang sudah menemani sejak tahun 1995 menjadikan warung ini legendaris dan memiliki pelanggan setia. Kesederhanaan menu justru menjadi daya Tarik utama karena banyak pengunjung yang datang karena ingin menikmati kopi yang rasanya tidak berubah dari dulu hingga sekarang.

¹³ Siti Indah Purwaning Yuwana and Hikmatul Hasanah, "Literasi Produk Bersertifikasi Halal Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Pada UMKM," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)* 1, no. 2 (2021): 104–12, <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i2.44>.

¹⁴ Rudiyanto Rudiyanto and Mohammad Nizarul Alim, "Akuntabilitas Proses Sertifikasi Halal Berbasis Self Declare Pada Halal Center Universitas Trunojoyo Madura," *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 5, no. 1 (2024): 75–98, <https://doi.org/10.52593/mtq.05.1.06>.

¹⁵ Srijani, "Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat."

Beberapa bulan terakhir, pemilik menyadari meningkatnya perhatian konsumen terhadap label halal yang mewajibkan seluruh produk makanan dan minuman memiliki sertifikat halal. Oleh karena itu pemilik merasa penting untuk memastikan bahwa keaslian rasa juga harus diiringi dengan jaminan kehalalan produk. Pemilik warung memutuskan untuk mengajukan sertifikasi halal melalui program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) pada awal Tahun 2025. Proses Pendaftaran dibantu oleh Pendamping Proses Produk Halal (PPH) yang telah mendapatkan pelatihan untuk membantu para pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikat halal. Pendamping membantu pemilik warung kopi Yuk Am untuk mendapatkan sertifikat halal dengan memeriksa daftar bahan yang digunakan, pengolahan produk, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, hingga penyajian produk. Kehadiran pendamping Proses Produk Halal sangat membantu karena pemilik tidak terbiasa dengan prosedur digital.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Sup, 2023) yang menjelaskan bahwa pendamping berperan mendampingi pelaku UMKM yang kesulitan melakukan pendaftaran melalui sistem SIHALAL, termasuk proses pengunggahan berkas dan verifikasi data. PPH tidak hanya berperan sebagai pendamping administratif, tetapi juga sebagai fasilitator teknis yang memandu pemilik dalam menyiapkan persyaratan, mulai dari pembuatan akun SIHALAL, pengisian formulir registrasi produk, pengunggahan dokumen legalitas, hingga penyusunan dokumen sistem jaminan produk halal (SJPH)¹⁶. Dengan adanya pendampingan tersebut, proses pengajuan sertifikasi dapat berjalan lebih cepat, efisien, dan akurat hingga akhirnya hasil pemeriksaan menyatakan warung kopi Yuk Am sudah memenuhi standar halal.

Temuan penelitian ini memberikan implikasi baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini menegaskan bahwa penerapan sertifikasi halal pada UMKM tidak hanya berfungsi sebagai instrumen regulatif, tetapi juga dapat dipahami melalui perspektif Institutional Theory, di mana UMKM seperti Warung Kopi Yuk Am beradaptasi dengan tekanan normatif dan regulatif untuk memperoleh legitimasi di mata konsumen. Temuan bahwa PPH memiliki peran krusial mendukung perspektif Stakeholder Theory, yang menekankan bahwa keberhasilan adopsi sertifikasi dipengaruhi oleh aktor eksternal seperti pemerintah, pendamping, dan pemasok. Sementara itu, munculnya peluang inovasi produk setelah memperoleh sertifikasi menunjukkan relevansi Resource-Based View (RBV), bahwa sertifikat halal dapat menjadi sumber daya strategis yang meningkatkan daya saing apabila dikelola dengan tepat. Penelitian ini juga memberikan kontribusi teoritis pada kajian UMKM kuliner tradisional, karena menunjukkan bahwa faktor

¹⁶ Devid Frastiawan Amir Sup, "Pendampingan Proses Produk Halal (PPH) Dalam Program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) Pada Produk Roti Sobek Trizta," *Jurnal Aksi Afirmasi* 4, no. 2 (2023).

budaya lokal (misal: warung kopi sebagai ruang sosial) turut mempengaruhi persepsi nilai sertifikasi halal.

Implikasi praktis dari penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM kuliner lokal membutuhkan dukungan struktural untuk mengatasi hambatan teknis seperti literasi sertifikasi, akses informasi, dan pengelolaan limbah. Bagi pelaku usaha, sertifikasi halal dapat dimanfaatkan sebagai strategi branding untuk meningkatkan kepercayaan dan memperluas pasar, khususnya di platform digital. Pemerintah daerah dan BPJPH perlu memperluas program pendampingan PPH, terutama di wilayah pedesaan, karena terbukti berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan proses sertifikasi. Selain itu, pemasok bahan baku juga perlu terlibat dalam penyediaan informasi kehalalan untuk memastikan keberlanjutan rantai pasok. Penelitian ini menegaskan bahwa sertifikasi halal bukan semata beban administratif, tetapi peluang bisnis yang dapat memperkuat keberlanjutan usaha apabila didukung oleh ekosistem yang memadai.

Tantangan dan Peluang Penerapan Sertifikasi Halal

Penerapan sertifikasi halal di warung kopi Yuk Am mengalami beberapa tantangan baik tantangan internal maupun tantangan eksternal, seperti keterbatasan rantai pasok bahan baku halal dimana proses sertifikasi sempat tertunda karena harus memastikan kejelasan status kehalalan dari produk tersebut. Tantangan eksternal ini disebabkan karena ketergantungan pada pemasok bahan baku yang menyebabkan proses pemenuhan persyaratan sertifikasi tidak selalu berjalan lancar, terutama Ketika stok dari pemasok utama habis atau terlambat. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik menyampaikan *“kadang susah nyari bahan baku halal yang sama kayak biasanya yang dipakai, soalnya kalau pemasok langganan lagi habis stok nya, saya nggak bisa sembarangan ganti karena harus cari yang halal juga. Jadinya ya pesan dari tempat lain yang harganya lebih mahal.”*

Hal ini sejalan dengan penelitian (Salihah et.al, 2024) yang menjelaskan bahwa para UMKM saat ini mengalami banyak tantangan seperti belum banyak pelaku industri menggarap potensi halal industri, keterbatasan pasokan bahan baku yang memenuhi kriteria halal, keterbatasan pemahaman sejumlah produsen mengenai standar halal, serta infrastruktur yang belum memadai¹⁷.

Tantangan eksternal lain yang dihadapi oleh Warung Kopi Yuk Am dan juga beberapa UMKM disekitarnya dalam proses sertifikasi halal adalah pengalaman awal pendaftaran sertifikasi halal yang tidak tuntas. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik warung kopi Yuk Am menceritakan bahwa *“Pada Tahun 2024 itu kami sudah mengajukan sertifikasi halal dan dibantu mahasiswa KKN yang sedang bertugas. Mereka bantu mengisi formulir juga, tapi setelah itu tidak ada kabar dan kelanjutan sama sekali*

¹⁷ Salihah Khairawati et al., “Kendala Sertifikasi Halal Pada UMKM Di Indonesia: Sebuah Kajian Literatur,” *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)* 5, no. 02 (2024): 242–56.

dan sertifikat halal tidak kunjung keluar. Baru pada tahun 2025 kita ngajuin lagi ke pendamping Proses Produk halal (PPH) yang lebih terpercaya dan akhirnya bulan Juli kemarin keluar.” Kendala ini menunjukkan ketidaktuntasan pendampingan teknis dapat memperlambat proses sertifikasi dan menimbulkan ketidakpastian bagi para pelaku UMKM.

Selanjutnya, pemilik Warung Kopi Yuk Am juga mengalami kendala internal terkait kurangnya pemahaman mengenai prosedur sertifikasi halal. Hal ini sejalan dengan penelitian (Ilyas, 2025) yang menjelaskan bahwa pelaku usaha, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), sering menghadapi berbagai hambatan dalam proses sertifikasi halal. Hambatan tersebut meliputi kurangnya pemahaman tentang proses sertifikasi, biaya yang dianggap memberatkan, serta kurangnya kesadaran akan manfaat sertifikasi halal.¹⁸

Dalam hal ini Pemilik Warung Kopi Yuk Am juga mengalami hal serupa dimana pemilik Warung Kopi Yuk Am menyatakan *“Sebenarnya saya belum sepenuhnya faham terkait tahapan pendaftaran, dokumen apa saja yang diperlukan, serta alur pemeriksaan, sehingga saya sangat bergantung pada pendamping Proses Produk Halal (PPH). Adanya PPH ini sangat membantu sekali dalam proses pembuatan sertifikat halal saya”*. Pernyataan tersebut menegaskan bahwa salah satu tantangan internal dalam penerapan sertifikasi halal bagi pelaku UMKM adalah kurangnya pemahaman tentang proses sertifikasi halal itu sendiri.

Tantangan selanjutnya adalah kesulitan dalam mengelola limbah yang ramah lingkungan. Sertifikasi halal tidak hanya menuntut bahan dan proses produksi yang sesuai syariah, tetapi juga mengharuskan agar kegiatan usaha tidak menimbulkan dampak yang merugikan lingkungan sekitar. Pemilik warung kopi mengungkapkan bahwa *“kadang bingung sisa ampas kopi mau dibuang kemana, soalnya kalau dibuang di saluran air biasanya itu membuat bau tidak sedap di selokan, sampai kadang ada para tetangga yang komplain.”*

Namun, dibalik banyaknya tantangan dalam penerapan sertifikasi halal terdapat peluang bagi UMKM jika menerapkan sertifikasi halal, antara lain

1. Adanya sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat, dimana dengan adanya sertifikasi halal konsumen merasa lebih aman dan yakin karena mengetahui bahwa seluruh proses produksi mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, hingga penyajian telah melalui proses verifikasi sesuai dengan standar halal yang ditetapkan oleh BPJPH. Sertifikasi halal bukan hanya sekedar label tetapi juga salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk. Hal ini sejalan dengan penelitian (Khotim, et al, 2025) yang mengungkapkan bahwa sertifikat halal bermanfaat dan membantu bagi para UMKM

¹⁸ Ilyas Agung Nasrulloh and Mei Santi, “Sertifikasi Halal Dan Tantangannya Bagi UMKM Kuliner” 12, no. 27 (2025): 166–77.

dalam meningkatkan kepercayaan konsumen muslim, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pendapatan dan berkelanjutan¹⁹. Pada kasus warung kopi Yuk Am ini, meskipun warung kopi Yuk Am sejak lama sudah mempunyai pelanggan setia, tetapi adanya sertifikat halal membuat konsumen baik pelanggan lama maupun pelanggan baru menjadi semakin yakin dan percaya untuk terus membeli.

2. Sertifikasi halal mendorong pemilik untuk menciptakan produk yang lebih inovatif. Meskipun menu utama tetap kopi hitam sebagai ciri khas, pemilik kini mulai merencanakan varian kopi bubuk kemasan untuk dipasarkan lebih luas seperti dipasarkan ke minimarket. Hal ini diperkuat oleh hasil riset (Rozaq et al, 2023) yang mengungkapkan Melalui kepemilikan sertifikasi halal, inovasi produk baru menjadikan mitra lebih percaya diri dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas.²⁰
3. Sertifikasi halal berperan penting dalam meningkatkan daya saing produk di pasar terutama dalam pasar online yang sangat kompetitif. Adanya label halal yang terverifikasi memudahkan pelaku UMKM dalam meyakinkan para konsumen yang semakin selektif, karena adanya label halal menjadi salah satu pertimbangan utama para konsumen terutama konsumen muslim dalam memilih produk minuman. Penelitian (Islinda et al, 2025) menunjukkan bahwa sertifikasi halal berperan dalam meningkatkan daya saing produk di pasar domestik maupun internasional. Keberadaan logo halal memberikan keunggulan kompetitif dalam menghadapi produk luar negeri, terutama dalam konteks perdagangan bebas internasional.²¹

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penerapan sertifikasi halal pada Warung Kopi Yuk Am menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi keberlangsungan usaha. Tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan rantai pasok bahan baku halal, kurangnya pemahaman pemilik terhadap prosedur sertifikasi, pengalaman pendaftaran yang sempat tidak tuntas, serta kendala dalam pengelolaan limbah ramah lingkungan. Namun, hadirnya pendamping Proses Produk Halal (PPH) terbukti sangat membantu dalam memperlancar proses sertifikasi hingga berhasil diperoleh pada tahun 2025. Di sisi lain, sertifikasi halal memberikan peluang besar bagi warung kopi Yuk Am ini, antara lain meningkatkan kepercayaan konsumen, mendorong

¹⁹ Khotim Fadhli et al., "Meningkatkan Daya Saing UMKM Melalui Sertifikasi Halal," *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 3 (2025): 166–73, <https://doi.org/10.32764/abdimesekon.v5i3.5377>.

²⁰ Rozaq Muhammad Yasin, Keke Tamara Fahira, and Heny Alpendari, "Sertifikasi Halal Sebagai Nilai Tambah Inovasi Produk UMKM Unggulan," *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)* 4, no. 2 (2023): 519–27, <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i2.20682>.

²¹ Islinda Syam, Abd Hafid, and Hasni Abd Salam, "Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Peningkatan Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus Konsumen AHA Food Di Kota Watampone)," *Jurnal Al-Istisbna* 1, no. 2 (2025): 136–48, <https://doi.org/10.58326/jai.v1i2.308>.

inovasi produk seperti rencana pengembangan kopi bubuk kemasan, serta memperkuat daya saing terutama di pasar online yang kompetitif. Meskipun sertifikasi halal menuntut upaya ekstra, keberadaannya terbukti memberikan manfaat strategis bagi keberlanjutan dan pengembangan usaha, khususnya bagi UMKM di sektor kuliner tradisional.

REFERENSI

- (KNEKS), Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. “Republik Indonesia TAHUN 2024 Pengembangan Teknologi Unggulan Industri Halal.” *Buku Pengembangan Teknologi Unggulan Industri Halal*, 2024.
- Fadhli, Khotim, Mar’atul Fahimah, Ita Rahmawati, Nia Aprilia Bisari, Rizatul Juma’izah, Maya Kurnia Saputri, Hanif Fauzan Qodri, M. Hanif Ramadhani, and Safinatul Koiriyah. “Meningkatkan Daya Saing UMKM Melalui Sertifikasi Halal.” *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 3 (2025): 166–73. <https://doi.org/10.32764/abdimatekon.v5i3.5377>.
- Garcia, Ana Rita, Sara Brito Filipe, Cristina Fernandes, Cristina Estevão, and George Ramos. *Entrepreneurial Mindset & Skills*. Nagari Kota Baru, 2021.
- Khairawati, Salihah, Siti Murtiyani, Wijiharta Wijiharta, Ismail Yusanto, and Mu’tashim Billah Murtdlo. “Kendala Sertifikasi Halal Pada UMKM Di Indoneisa: Sebuah Kajian Literatur.” *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)* 5, no. 02 (2024): 242–56.
- Kusuma, Ridha Perdana. “Data Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Agama Pada Semester I/2025.” 1 September, 2025.
- Muna, Arina Nailil, and Khusnul Fikriyah. “Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Ta Wan Di Kota Surabaya.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 7 (2024): 24–35.
- Nasrulloh, Ilyas Agung, and Mei Santi. “Sertifikasi Halal Dan Tantangannya Bagi UMKM Kuliner” 12, no. 27 (2025): 166–77.
- Pemko, Berita. “17 Oktober 2024, Kuliner UMKM Wajib Sertifikasi Halal Produk Makanan Dan Minuman.” 30 Juni, 2024.
- Puspa, Ratih, and Nila Yani Hardiyanti. “Coffee Culture Di Indonesia : Pola Konsumsi Konsumen Pengunjung Kafe, Kedai Kopi Dan Warung Kopi Di Gresik.” *Jurnal Media Dan Komunikasi* 2, no. 1 (2021): 26. <https://doi.org/10.20473/medkom.v2i1.26380>.
- RI, Kementerian Keuangan. “UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkatkan.” 04 November, 2024.
- Rudiyanto, Rudiyanto, and Mohammad Nizarul Alim. “Akuntabilitas Proses Sertifikasi Halal Berbasis Self Declare Pada Halal Center Universitas Trunojoyo Madura.” *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 5, no. 1 (2024): 75–98. <https://doi.org/10.52593/mtq.05.1.06>.
- Srijani, Kadeni, Ninik. “Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.” *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya* 8, no.

- 2 (2020): 191. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>.
- Subandono, Agus, Carlina Astoeti, Setyo Juniwardhani, Dan Hartono, Muhammad Alfasa, and Ilham Haq. "Optimalisasi Digital Marketing Dan Sertifikasi Halal Pada Produk UMKM □ 1 Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah" 9, no. 49 (2025): 15–27.
- Sup, Devid Frastiawan Amir. "Pendampingan Proses Produk Halal (PPH) Dalam Program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) Pada Produk Roti Sobek Trizta." *Jurnal Aksi Afirmasi* 4, no. 2 (2023).
- Syam, Islinda, Abd Hafid, and Hasni Abd Salam. "Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Peningkatan Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus Konsumen AHA Food Di Kota Watampone)." *Jurnal Al-Istisbna* 1, no. 2 (2025): 136–48. <https://doi.org/10.58326/jai.v1i2.308>.
- Wahyuningrum, Asri, H. Anasom, and Thohir Yuli Kusmanto. "Strategi Dakwah Mui (Majelis Ulama Indonesia) Jawa Tengah Melalui Sertifikasi Halal." *Jurnal Ilmu Dakwah* 35, no. 2 (2017): 186. <https://doi.org/10.21580/jid.v35.2.1618>.
- Wijayanti, Anita, Ratna Damayanti, and Djoko Kristianto. "Sertifikasi Halal UMKM Makanan: Kontribusi Pengabdian Masyarakat Dalam Menciptakan Nilai Tambah Pada Sektor Pangan." *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2024): 25–29. <https://doi.org/10.55681/swarna.v3i1.1115>.
- Wijoyo, Tuwuh Adhistryo, S.N Krisnawati, and Aletta Dewi M. "Peningkatan Inovasi Kuliner Lokal Desa Wisata Kota Semarang." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin* 2, no. 1 (2022): 1–14.
- Yasin, Rozaq Muhammad, Keke Tamara Fahira, and Heny Alpandari. "Sertifikasi Halal Sebagai Nilai Tambah Inovasi Produk UMKM Unggulan." *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)* 4, no. 2 (2023): 519–27. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i2.20682>.
- Yuwana, Siti Indah Purwaning, and Hikmatul Hasanah. "Literasi Produk Bersertifikasi Halal Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Pada UMKM." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)* 1, no. 2 (2021): 104–12. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i2.44>.