

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM olahan hasil laut memiliki kontribusi penting dalam perekonomian daerah pesisir, termasuk di Kabupaten Sumenep yang kaya akan hasil laut. Produk olahan hasil laut seperti petis, kerupuk ikan, dan berbagai makanan khas tidak hanya menjadi sumber penghasilan masyarakat tetapi juga berpotensi besar dikembangkan ke pasar yang lebih luas. Data BPS menunjukkan bahwa sektor perikanan bersama sektor pertanian menyumbang 38,54% terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Sumenep pada tahun 2019 (Qomariyah et al., 2024). Nilai tambah subsektor perikanan juga tumbuh 14,8% dari tahun 2021 ke 2022 (LKJIP Perikanan Sumenep, 2023). Potensi ini semakin diperkuat dengan kondisi geografis Kabupaten Sumenep yang memiliki 20 kecamatan pesisir dari total 27 kecamatan dan ratusan desa pesisir, sehingga basis hasil laut yang diolah oleh UMKM sangat besar (Qomariyah et al., 2024).

Potensi sumber daya hasil laut yang besar di Kabupaten Sumenep tersebut pada kenyataannya belum sepenuhnya mampu mendorong peningkatan daya saing UMKM olahan hasil laut. Daya saing UMKM pada sektor ini masih terbatas apabila tidak diimbangi dengan pemenuhan standar mutu dan legalitas usaha, salah satunya adalah sertifikasi halal. Banyak pelaku UMKM belum memahami prosedur, manfaat, maupun urgensi sertifikasi halal sehingga tingkat literasi halal masih rendah (Himmah et al., 2024). Hal ini berdampak pada rendahnya jumlah produk olahan hasil laut yang tersertifikasi. Selain aspek halal, tantangan lain muncul dari keterbatasan literasi digital. Saat ini pelaku UMKM harus mampu menggunakan teknologi informasi karena proses sertifikasi halal sudah berbasis sistem daring (SIHALAL). Namun, pelaku UMKM masih kesulitan memanfaatkan layanan digital dikarenakan keterbatasan dalam literasi digital (Aisyah et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara kemampuan adaptasi UMKM dengan kebijakan pemerintah yang serba digital.

Dari sisi keuangan, literasi keuangan yang rendah juga menjadi hambatan. Banyak pelaku UMKM masih kesulitan dalam mengelola modal, merencanakan biaya, dan memisahkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Padahal, literasi keuangan terbukti berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan usaha dan kesiapan pembiayaan sertifikasi halal (Ratnawati et al., 2023). Semakin tinggi

literasi keuangan pelaku usaha, maka dalam mengatur modal, perencanaan biaya, dan pengambilan keputusan bisnis juga akan baik.

Di sisi lain aspek *branding* juga memiliki peran penting dalam memperkuat citra produk. *Branding* yang efektif bukan hanya membangun identitas usaha, tetapi juga menekankan nilai halal sebagai bagian dari strategi pemasaran. Strategi *digital branding* dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus memperluas jangkauan pasar (Febriansah et al., 2024). UMKM olahan ikan perlu melakukan penguatan pada aspek manajemen dan *branding* supaya mampu bersaing di pasar yang lebih luas. UMKM olahan ikan perlu melakukan penguatan pada aspek manajemen dan *branding* (Febriansah et al., 2024). UMKM yang sudah tersertifikasi halal bisa dikatakan sudah memiliki *branding* yang baik dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Sertifikasi halal dapat dimanfaatkan sebagai instrumen *branding* untuk memperkuat *branding* dan memperkuat posisi produk olahan hasil laut di pasar.

Penelitian mengenai literasi halal, digital, keuangan dan *branding* banyak dilakukan dalam konteks pengembangan dan peningkatan kinerja UMKM, bukan sebagai faktor yang mempengaruhi sertifikasi halal. Selain itu, sebagian besar penelitian masih berfokus pada UMKM secara umum yang letaknya di perkotaan dengan sektor kuliner yang tidak spesifik. Meskipun telah ada penelitian tentang literasi halal, literasi digital, literasi keuangan, dan *branding* pada UMKM, penelitian yang mengombinasikan keempat faktor tersebut sebagai faktor penentu dalam pencapaian sertifikasi halal khususnya pada UMKM olahan hasil laut masih jarang dilakukan. Sertifikasi halal kini tidak hanya menjadi kebutuhan pasar domestik, tetapi juga telah menjadi standar global yang menentukan daya saing produk pangan di pasar internasional (Aisyah et al., 2023). Sektor olahan hasil laut di Sumenep memiliki potensi ekspor yang besar, tetapi belum optimal karena sebagian besar pelaku usaha masih berfokus pada pasar lokal. Jika literasi halal, digital, keuangan, dan *branding* dapat ditingkatkan secara simultan, maka sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai label kepatuhan, tetapi juga sebagai strategi *branding* yang mampu membuka peluang pasar baru, baik nasional maupun internasional. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggabungan empat variabel tersebut yang dikaji secara simultan dalam konteks lokal UMKM olahan hasil laut di Kabupaten Sumenep, serta penekanan bahwa sertifikasi halal

berfungsi ganda sebagai pemenuhan regulasi sekaligus instrumen *branding* untuk meningkatkan daya saing hingga pasar global.

1.2 Rumusan Masalah

UMKM olahan hasil laut di Kabupaten Sumenep masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya literasi halal, keterbatasan pemanfaatan literasi digital, lemahnya pengelolaan keuangan, serta kurangnya strategi *branding*. Kondisi ini berdampak pada rendahnya jumlah UMKM yang memiliki sertifikasi halal. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh literasi halal, literasi digital, literasi keuangan, dan *branding* terhadap keputusan UMKM olahan hasil laut di Kabupaten Sumenep dalam memperoleh sertifikasi halal?
2. Bagaimana peluang UMKM olahan hasil laut di Kabupaten Sumenep untuk memperoleh sertifikasi halal berdasarkan faktor literasi halal, literasi digital, literasi keuangan, dan *branding*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Menganalisis pengaruh literasi halal, literasi digital, literasi keuangan, dan *branding* terhadap keputusan UMKM olahan hasil laut di Kabupaten Sumenep dalam memperoleh sertifikasi halal.
2. Mengetahui peluang UMKM olahan hasil laut di Kabupaten Sumenep dalam memperoleh sertifikasi halal berdasarkan literasi halal, literasi digital, literasi keuangan, dan *branding*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menyajikan fakta yang dapat berkontribusi dalam akademis dan strategi peningkatan literasi halal, digital, keuangan, dan *branding* pada UMKM untuk meningkatkan daya saing, serta bisa menjadi dasar kebijakan pemerintah atau lembaga terkait untuk mempercepat sertifikasi halal di sektor olahan laut.