

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi dan kesadaran pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap produk olahan yang wajib bersertifikat halal. Sertifikasi halal telah menjadi hal penting dalam industri makanan dan minuman, karena semakin meningkatnya permintaan konsumen akan produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip kehalalan. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif terhadap sejumlah pelaku UMKM Desa Kwanyar Barat di berbagai sektor yang berkaitan dengan produk olahan makanan dan minuman halal. Data diperoleh melalui wawancara yang mencakup pertanyaan tentang pengetahuan tentang sertifikasi halal, persepsi pelaku UMKM terhadap kewajiban sertifikasi halal, kendala yang dihadapi dalam mendapatkan sertifikat halal, dan dampak yang dirasakan setelah memperoleh sertifikat halal. Dari sebagian besar pelaku usaha yang ada di Desa Kwanyar Barat masih kebingungan dengan kewajiban terkait sertifikat halal untuk persyaratan dan juga dokumen yang harus mereka lengkapi untuk mendaftarkan sertifikat halal tersebut. Bahkan beberapa pelaku usaha tidak menggubris dan tidak menganggap penting kewajiban sertifikasi halal karena menganggap tanpa sertifikasi halal atau label halal pun masih bisa berjualan dengan normal sampai saat ini meskipun tanpa sertifikat halal usaha nya masih mendapatkan keuntungan yang cukup tinggi. Namun ada juga para pelaku UMKM yang beranggapan adanya sertifikasi halal bagi usahanya sangat penting. Khususnya untuk pemasaran di supermarket yang memiliki skala besar. Pelaku UMKM ini juga mengetahui kebijakan pemerintah yang mengharuskan semua pelaku usaha memiliki sertifikasi halal pada produknya. Karena dengan adanya sertifikast atau label halal yang terpasang pada produk dapat memperluas jangkauan pemasaran produk. Sebab untuk skala pemasaran yang lebih luas seperti di supermarket besar yang menjadi persyaratan salah satunya adalah sudah memiliki label halal. Meskipun demikian, terdapat kebutuhan untuk pendekatan edukasi yang lebih intensif dan dukungan pemerintah dalam bentuk informasi atau fasilitasi untuk membantu UMKM mengatasi kendala-kendala terkait sertifikasi halal. Peningkatan pemahaman, dan dukungan dapat memfasilitasi partisipasi UMKM dalam proses sertifikasi halal, yang pada akhirnya akan mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci : Kesadaran, Persepsi , Sertifikasi Halal,

ABSTRACT

This research aims to analyze the perception and awareness of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) regarding processed products that must be halal certified. Halal certification has become important in the food and beverage industry, due to increasing consumer demand for products that comply with halal principles. This research method uses a qualitative method on a number of MSME actors in West Kwanyar Village in various sectors related to halal processed food and beverage products. Data was obtained through interviews which included questions about knowledge about halal certification, perceptions of MSME actors regarding the obligation of halal certification, obstacles faced in obtaining a halal certificate, and the impact felt after obtaining a halal certificate. Most of the business actors in West Kwanyar Village are still confused about the obligations regarding halal certificates regarding the requirements and also the documents they must complete to register the halal certificate. In fact, some business actors ignore and do not consider the obligation of halal certification important because they think that without halal certification or a halal label, they can still sell normally to this day, even though without a halal certificate their businesses still get quite high profits. However, there are also MSME players who think that having halal certification for their business is very important. Especially for marketing in supermarkets on a large scale. These MSME actors are also aware of the government policy which requires all business actors to have halal certification for their products. Because having a halal certificate or label attached to the product can expand the product's marketing reach. Because for a wider marketing scale, such as in large supermarkets, one of the requirements is to have a halal label. However, there is a need for a more intensive educational approach and government support in the form of information or facilitation to help MSMEs overcome obstacles related to halal certification. Increased understanding and support can facilitate MSME participation in the halal certification process, which will ultimately support the growth and sustainability of their businesses in an increasingly competitive market.

Keywords : Awareness, Perception, Halal Certification,