

Sertifikasi Halal Untuk Penguatan *Branding* Produk Usaha Mikro Kecil di Kabupaten Pasuruan

Aslikhah, Alimatul Farida

Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan
aslikhah@yudharta.ac.id

Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan
farida@yudharta.ac.id

Abstract

Since the enactment of the Halal Product Guarantee Law on Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), the number of MSMEs that are halal-certified in Pasuruan Regency has experienced a rapid increase. This situation indicates that the halal certification of MSME products has an important position in society. The purpose of this study was to find out Halal Certification for Strengthening Product Branding of Micro, Small and Medium Enterprises in Pasuruan Regency.

The research method used is qualitative research with an instrumental case study approach because you want to understand or emphasize an understanding of an issue or reformulate a theoretical explanation. Data collection was carried out by observation, interviews and documentation. The analysis in this study uses qualitative data analysis, and the results of this study emphasize meaning rather than generalization. The stages in this research were first, formulating the problem as the focus of research, second, collecting data in the field, third, analyzing data, and fourth formulating the results of a study on Halal Certification for Strengthening MSME Product Branding in Pasuruan Regency.

The results showed that the halal certification of MSME products in Pasuruan Regency did not yet have the power of branding from consumer perceptions, due to several indicators, namely brand awareness, brand associations, perceived quality and consumer brand loyalty. MSME products that are halal certified are still low. The low level of these indicators is due to differences in education levels, environmental conditions, and low knowledge of halal certification.

Keywords: Halal Certification, Product Branding, MSME

Abstrak

Sejak diberlakukannya Undang- Undang Jaminan Produk Halal pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), jumlah UMKM yang tersertifikasi halal di Kabupaten Pasuruan mengalami peningkatan yang cepat. Keadaan ini menandakan bahwa sertifikasi halal produk UMKM memiliki kedudukan penting di masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui Sertifikasi Halal

untuk Penguatan Branding Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pasuruan.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus instrumental dikarenakan ingin memahami atau menekankan pada pemahaman tentang suatu isu atau merumuskan kembali suatu penjelasan secara teoritis. Penggalan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif, dan hasil penelitian ini menekankan makna dari pada generalisasi. Tahapan dalam penelitian ini adalah pertama, merumuskan masalah sebagai fokus penelitian, kedua, mengumpulkan data di lapangan, ketiga, menganalisis data, dan keempat merumuskan hasil studi tentang Sertifikasi Halal Untuk Penguatan Branding Produk UMKM di Kabupaten Pasuruan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sertifikasi halal produk UMKM di Kabupaten Pasuruan belum memiliki kekuatan branding dari persepsi konsumen, karena beberapa indikator yaitu kesadaran merek (*brand awareness*), asosiasi merek (*brand associations*), persepsi kualitas (*perceived quality*) dan loyalitas merek (*brand loyalty*) konsumen produk UMKM yang tersertifikasi halal masih rendah. Rendahnya pada indikator-indikator tersebut disebabkan karena perbedaan tingkat pendidikan, kondisi lingkungan, dan pengetahuan terhadap sertifikasi halal masih rendah.

Kata Kunci: Sertifikasi Halal, Branding Produk, UMKM

A. PENDAHULUAN

Salah satu kebutuhan primer manusia adalah makan untuk menunjang keberlangsungan hidup. Dengan memenuhi kebutuhan primer maka kehidupan manusia akan berjalan dengan baik, sesuai prinsip *hifzu al-nafsi* yang menjadi salah satu prinsip dalam agama bisa dicapai.¹ Makanan merupakan keperluan yang penting bagi manusia. Akan tetapi dalam memilih makanan, kebanyakan konsumen lebih mengutamakan cita rasa makanan dan kurang memperdulikan kehalalannya.²

Dalam agama Islam diatur banyak hal tentang halal dan haram yang berkaitan dengan makanan dan minuman. Konsep halal dan haram merupakan peraturan dalam prinsip syariah yang digunakan untuk menjelaskan bahwa sesuatu hal diijinkan atau dilarang untuk dikonsumsi atau dilakukan oleh Muslim dengan dasar dari al Qur'an, Hadis, dan Ijtihad (kesepakatan ulama).³ Dalam ajaran Islam diperintahkan kepada pemeluknya untuk melakukan pemilihan

¹ Abdul Aziz, "Fiqh Kuliner: Analisis Pendapat Malikiyyah Dan Syafi'iyah Tentang Status Halal-Haram Hewan," *Falasifa*, Volume 10 Nomor 1 (Maret 2019), 2.

² Muchtar Ali, "Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk atas Produsen Industri Halal, Ahkam: Vol. XVI, No.2, (Juli 2016), 291.

³ Kurnia Fitra Nanda, Retty Ikawati, "Hubungan Persepsi Label Halal MUI Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Surakarta", *Journal of Food and Culinary*, Vol. 3, No. 1, (Juni 2020), 2.

makanan yang halal serta menjauhi makanan haram. Oleh sebab itu, bagi konsumen muslim, produk halal merupakan produk yang sangat penting agar aman dan terbebas dari bahaya fisik, bahaya kimia, dan bahaya keimanan karena di dalam produk halal ada unsur yang sangat hakiki, yaitu makanan yang baik dan halal (*halalan thayyiban*).⁴ Dengan demikian makanan dan minuman yang *halalan thayyiban* akan berpengaruh kepada kesehatan jasmani dan rohani.⁵ Konsumen muslim akan merasa tenang dengan adanya kejelasan pada produk yang dikonsumsinya.⁶

Negara telah menjamin hak beragama di dalam UUD 1945 yang terdapat dalam pasal 29 ayat (2).⁷ Dalam konsumsi makanan halal telah diatur didalam undang-undang Jaminan Produk Halal (UUJPH) yang menjembatani berbagai komponen masyarakat. Terutama, yang peduli dengan masalah halal. UUJPH memberikan ruang bersama agar semua pihak yang berkepentingan dengan tema dan isu halal dapat menemukan kesamaan pemahaman serta akses partisipasi dan peran yang konstruktif, berkelanjutan dan saling melengkapi (inklusi sosial) sehingga proses audit dan sertifikasi halal dapat berjalan secara terarah, partisipatif, transparan dan akuntabel, menjembatani berbagai komponen masyarakat. Terutama, yang peduli dengan masalah halal. UUJPH memberikan ruang bersama agar semua pihak yang berkepentingan dengan tema dan isu halal dapat menemukan kesamaan pemahaman serta akses partisipasi dan peran yang konstruktif, berkelanjutan dan saling melengkapi (inklusi sosial) sehingga proses audit dan sertifikasi halal dapat berjalan secara terarah, partisipatif, transparan dan akuntabel.⁸

Pengembangan sector UMKM mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan sumbangsih sangat besar untuk percepatan perubahan ekonomi daerah dan nasional.⁹ UMKM merupakan suatu usaha kecil yang memiliki karyawan kurang dari 500 orang jika bisnisnya menghasilkan barang. UMKM jika bergerak pada bidang jasa jumlah karyawan kurang dari 50 karyawan. Berbeda dengan bisnis menengah, karyawan dapat mencapai lebih

⁴ Nashirun, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Halal dan Haram dalam Tinjauan Syariah," *Jurnal SEBI (Studi Ekonomi dan Bisnis Islam)*, Vol 1 No. 2 (Juli–Desember 2019),1.

⁵ Nuraini, Halalan Thayyiban Alternatif Qurani Untuk Hidup Sehat, *Al-Mu'ashirah* Vol. 15, No. 1, (Januari 2018), 91.

⁶ Dwi Edi Wibowo, Benny Diah Mandusari, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan," *Indonesian Journal of Halal*,75.

⁷ Syafrida, "Sertifikat Halal Pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim," *ADIL Jurnal Hukum* (2016),160.

⁸ JM Muslimin, "Halal Product Guarantee in Indonesia Regulation and Social Inclusion," *Shirkah Journal of Economics and Business*, Vol. 4 No. 1, (January - April 2019),29.

⁹ Djamila Abbas, Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM Kota Makassar," *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)* Vol. 5, No.1, (Januari- Juni 2018), 96.

dari 500 karyawan.¹⁰

Di Jawa Timur sebagian besar roda perekonomian digerakkan oleh sector UMKM. Hal ini terbukti karena UMKM memberikan kontribusi pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) tahun 2019 sebesar 56,94%. Dari jumlah tersebut, UMKM di bidang makanan dan minuman memberikan kontribusi sebesar 34,96%.¹

Kabupaten Pasuruan merupakan daerah yang sangat respon terhadap perkembangan UMKM, sebagaimana disampaikan oleh pemerintah daerah bahwa UMKM di Kabupaten Pasuruan merupakan salah satu *backbone* perekonomian daerah. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya Usaha Mikro Kecil di Kabupaten Pasuruan semakin meningkat. Selama kurun waktu 2016, 2017 dan 2018. Tahun 2016, jumlah usaha mikro mencapai 249.983 unit usaha, dan pada tahun berikutnya meningkat menjadi 255.533 unit usaha. Itu artinya ada penambahan 5550 unit usaha hanya dalam kurun waktu satu tahun. Jadi rata-rata setiap tahun mengalami kenaikan antara 2000 sampai 5000 usaha baru. Kondisi ini menunjukkan sector UMKM meningkat secara signifikan.¹¹

Data yang diberikan oleh BPS Kabupaten Pasuruan menunjukkan bahwa industri kecil mendominasi persentase keseluruhan industri di Kabupaten Pasuruan, mencapai 94,43 persen. Industri menengah hanya menyumbang 0,96 persen, sementara industri besar mencapai 4,61 persen dari semua industry di Kabupaten Pasuruan. Pada tahun 2021 ada 7980 industri kecil, 81 industri menengah dan 390 industri besar berada di 24 Kecamatan dan yang tersebar di 24 kecamatan di Kabupaten Pasuruan.¹²

Dengan melihat perkembangan ekonomi di sektor UMKM yang berada di Kabupaten Pasuruan, kondisi ini menunjukkan UMKM memiliki peluang yang sangat besar untuk ditingkatkan sebagai *Branding* Produk kedepan. Sebagaimana penelitian tentang "*Pengaruh Attitude, Sertifikasi Halal, Promosi dan Brand terhadap Purchase Intention di Restoran Bersertifikasi Halal*".¹³

Berbagai kegiatan diberikan untuk perkembangan sertifikasi halal produk UMKM di Kabupaten Pasuruan. Sebagaimana kegiatan- kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Pasuruan bersama komunitas dan organisasi di masyarakat mengadakan kolaborasi dari pemerintah Kabupaten Pasuruan untuk menjelaskan peran BPJPH dalam penetapan kehalalan suatu produk dan prosedur dalam pengajuan dan penanganan permohonan sertifikat

¹⁰ Mukti Fajar ND, UMKM dan Globalisasi Ekonomi, (Yogyakarta, LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta: 2015),96.

¹¹ <https://www.pasuruankab.go.id/berita-4143-jumlah-usaha-mikro-di-kabupaten-pasuruan-semakin-berkembang-pesat-.html>. ;diakses tanggal 28 Juli 2023

¹² www. BPS. Kabupaten Pasuruan

¹³ Diah Ayu Legowati1, Farah Nisa UI Albab, Pengaruh Attitude, "Sertifikasi Halal, Promosi dan Brand terhadap Purchase Intention di Restoran Bersertifikasi Halal", *IHTIFAZ :Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*.(2019),1.

halal.¹⁴Tanggapan positif dari komunitas UMKM tersertifikasi halal produk UMKM juga terlihat dalam kegiatan- kegiatan yang telah diadakan.¹⁵ Salah satu aspek penting untuk meningkatkan perluasan pasar produk halal UMKM adalah adanya sertifikasi halal pada produk UMKM yang akan dipasarkan secara luas.

Konsumen Muslim berpedoman dengan syariat Islam seharusnya lebih memperhatikan aspek- aspek kehalalan produk yang dikonsumsinya sesuai dengan kriteria halal dalam agama. Aspek- aspek tersebut mengandung nilai-nilai spiritual bagi umat Islam sehingga agama Islam menetapkan rambu-rambu sebagai ketentuan tentang halal dan haram pada masalah makanan.¹⁶

Pembuatan keputusan yang dilakukan konsumen dalam menentukan pilihan produk yang dikonsumsi merupakan penyatuan suatu proses pengintegrasian yang menggabungkan pemahaman untuk dijadikan evaluasi dua atau lebih perilaku alternatif. Sebagai hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif untuk kebutuhan berperilaku.¹⁷

Tingginya angka UMKM di kabupaten Pasuruan menunjukkan bahwa produk UMKM memiliki kedudukan yang penting bagi konsumen maupun produsen UMKM di Kabupaten Pasuruan. Oleh sebab itu, banyak penelitian sebelumnya yang mengkaji tentang perilaku konsumen pada produk halal dan faktor- faktor yang menyebabkan konsumen memilih produk halal. Dengan latar belakang tersebut maka penting dilakukan penelitian dengan sudut pandang yang berbeda untuk mengkaji tentang Sertifikasi Halal Untuk Penguatan *Branding* Produk Usaha Mikro Kecil di Kabupaten Pasuruan.

B. METODE PENELITIAN

Riset ini dilakukan di Kabupaten Pasuruan. Pemilihan lokasi penelitian disebabkan karena Kabupaten Pasuruan merupakan daerah yang strategis, sebagai kota santri dan wilayah yang memiliki jumlah UMKM yang besar.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif pada kondisi UMKM di Kabupaten Pasuruan dan peneliti sebagai *key instrument*.¹⁸ Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus karena ingin memahami latar belakang suatu persoalan sertifikasi halal UMKM untuk penguatan *branding* produk di Kabupaten Pasuruan dengan melakukan interaksi yaitu konsumen UMKM produk makanan dan minuman yang tersertifikasi halal. Kasus yang diteliti yaitu

¹⁴<https://jatim.kemenag.go.id/berita/524855/dihadapan-kelompok-koperasi-karya-wanita-satgas-bpiph-sosialisasikan-pengurusan-sertifikasi-produk-halal/>; ;diakses tanggal 28 Juli 2023

¹⁵ <https://radarbromo.jawapos.com/ekonomi-bisnis/20/03/2022/pasar-industri-mamin-d-i-kota-pasuruan-terganjal-legalitas/>; ;diakses tanggal 28 Juli 2023

¹⁶ Muhammad Syarif Hidayatullah, "Sertifikasi Halal dan Labelisasi Halal pada Makanan dalam Perspektif Hukum Islam (Perspektif Ayat Ahkam). *YUDISIA: Jurnal Pemikiran Hukum dan Hukum Islam*, Vol. 11No.2 (Desember 2020),252.

¹⁷ Ridwan Muhammad Pane, "Analisis Perilaku Konsumen Atas Penerapan Labelisasi Halal dalam Suatu Produk (Studi Kasus UD. Sariwangi Tangerang)," *Jurnal Mozaik* Vol. IX Edisi 2 (Desember 2017), 145.

¹⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Bandung: Alfabeta,2013),51.

sertifikasi halal untuk *branding* produk UMKM di Kabupaten Pasuruan.

Purposive sampling dilakukan dalam pengambilan data pada penelitian ini yaitu pada konsumen UMKM yang tersertifikasi dibidang makanan dan minuman di Kabupaten Pasuruan sebagai responden penelitian. Teknik pengumpulan data dengan triangulasi (gabungan) menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan analisis yang bersumber dari data-data yang sudah dikumpulkan, dan hasil penelitian ini menitikberatkan pada makna.¹⁹ Berikut merupakan tahapan-tahapan dalam pelaksanaan riset ini sebagai berikut:

1. Merumuskan masalah sebagai fokus penelitian yaitu masalah sertifikasi halal untuk penguatan *branding* UMKM di Kabupaten Pasuruan.
2. Mengumpulkan data di lapangan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi kepada subjek penelitian, yaitu Konsumen produk UMKM makanan dan minuman yang bersertifikat halal.
3. Analisis penelitian menggunakan analisis deskriptif Kualitatif
4. Merumuskan hasil studi tentang Sertifikasi Halal Untuk Penguatan *Branding* Produk UMKM di Kabupaten Pasuruan.

Riset ini menggunakan studi kasus instrumental dikarenakan ingin mengetahui atau memfokuskan pada pengetahuan terkait suatu isu dan dirumuskan kembali pada penjelasan secara teoritis tentang Sertifikasi Halal untuk Penguatan *Branding* Produk Usaha Mikro Kecil di Kabupaten Pasuruan. Sebagaimana yang disampaikan oleh Stake ada tiga jenis riset studi kasus yaitu: (1) studi kasus instrinsik (*intrinsic case studies*); (2) studi kasus instrumental (*instrumental case studies*); (3) studi kasus kolektif (*collective case studies*).²⁰

Pengolahan data dalam penelitian ini yaitu, pertama pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi pada konsumen produk UMKM yang tersertifikasi halal. Kedua dilakukan reduksi data berupa penyaringan data yang terkumpul dari observasi, wawancara dan dokumentasi agar sesuai dengan tujuan penelitian. Ketiga penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskripsi, dan yang keempat verifikasi data disajikan dalam bentuk temuan-temuan di lapangan untuk membuat kesimpulan dari penelitian sertifikasi halal untuk penguatan *branding* produk UMKM di Kabupaten Pasuruan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini, maka diperoleh Hasil sebagai berikut:

1. Fasilitasi sertifikasi halal UMKM di Kabupaten Pasuruan dilakukan dengan dua jalur yaitu melalui jalur regular dan melalui pernyataan diri pelaku UMKM

¹⁹ Nur Sanapiah, *Penelitian Kualitatif*, (Medan, Wal ashri Publishing , 2020),129.

²⁰ Yin, R., *Case Study Research : Design and Methods*. (London ; Sage, 1989), 72.

atau dikenal jalur *self declare*.

Biaya layanan sertifikasi halal untuk produk UMKM melalui skema regular dibebankan pada pelaku UMKM sebesar Rp 650.000 dengan rincian, untuk pendaftaran dan penetapan produk sebesar Rp 300.000 dan biaya untuk pemeriksaan kehalalan produk oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) sebesar tiga ratus lima puluh ribu rupiah. Selanjutnya pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah bisa memilih LPH (Lembaga Pemeriksa Halal) yang terdaftar di Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Langkah berikutnya auditor halal bertugas mengunjungi lokasi usaha UMKM tersebut untuk melakukan audit proses produk halal.

Skema *self declare* memiliki tariff biaya nol rupiah atau gratis. Artinya pelaku UMK tidak membayar atau gratis biaya layanan. Tarif layanan gratis tersebut bukan berarti proses sertifikasi halal tidak membutuhkan biaya. Dalam proses pelaksanaan sertifikasi halal jalur *self declare*, terdapat pembebanan biaya layanan permohonan sertifikasi halal pelaku usaha sebesar Rp 300.000. Tarif biaya tersebut dapat dianggarkan melalui APBN, APBD serta dari fasilitator yang memberi fasilitasi UMKM. Langkah berikutnya pengajuan oleh pengusaha mikro kecil dan menengah dengan skema pernyataan diri dapat memilih Lembaga Pendamping Halal (LPH) resmi dan terdaftar terdaftar di BPJPH Kementerian Agama RI. Langkah berikutnya Pelaku Usaha Mikro Kecil dapat memilih nama Pendamping Proses Produk Halal (P3H) yang bertugas untuk mendampingi proses produk halal. Dan Pendamping PPH datang ke tempat produksi pelaku usaha untuk melakukan pemeriksaan serta validasi proses produk halal UMKM yang telah didaftarkan sertifikasi halal.

Deskripsi diatas diperkuat dengan wawancara kepada P3H Kabupaten Pasuruan²¹ sekaligus penyelia halal yaitu:

“Pelaku Usaha Mikro dan Kecil yang mengajukan sertifikasi halal dengan skema reguler bisa menentukan Lembaga Pemeriksa Halal yang resmi terdaftar di BPJPH. Selanjutnya, Auditor halal dari LPH akan berkunjung ke lokasi pelaku usaha untuk melakukan audit terkait PPH di perusahaan tersebut.”

Dari data dan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

Jenis sertifikasi Halal	Biaya	LPH
1. Jalur Reguler	1. Tarif permohonan sertifikasi halal sebesar Rp300.000,- (tiga ratus ribu rupiah), dan 2. Pemeriksaan sebesar Rp.350.000,	Lembaga Pemeriksa Halal dapat dipilih oleh pengusaha mikro kecil dengan jalu regular pada LPH yang sudah

²¹ Bapak M Munif, wawancara, Pasuruan 5 Agustus 2023

	Dapat disimpulkan sertifikasi halal melalui skema reguler dibebani biaya Rp.650.000,- (enam ratus lima puluh ribu rupiah).	terdaftar pada BPJPH. Langkah berikutnya Auditor halal dari LPH melakukan kunjungan ke tempat produksi untuk melaksanakan audit berkaitan dengan pelaksanaan proses produk halal.
2. Jalur <i>Self Declare</i>	Permohonan sertifikasi halal UMK melalui skema <i>self declare</i> tidak dibebani biaya atau gratis untuk mendapatkan layanan sertifikasi halal. Hal ini bukan berarti proses pelaksanaan sertifikasi halal tidak memerlukan biaya. Ada biaya sebesar Rp 300.000 untuk Proses pelaksanaan sertifikasi halal jalur <i>self declare</i> . Biaya tersebut dibantu oleh pemerintah dari anggaran negara.	Pengusaha tersebut dapat memilih Lembaga Pendamping Halal mengajukan yang sudah terdaftar pada BPJPH. Langkah selanjutnya Pengusaha UMK dapat memilih nama Pendamping PPH untuk mendampingi pengusaha UMK dalam pelaksanaan pendampingan proses produk halal. Selanjutnya dilakukan kunjungan ke tempat produksi UMK untuk dilakukan verifikasi dan validasi proses produk halal di tempat usaha tersebut.

Sertifikasi Halal Untuk Penguatan Branding Produk Usaha Mikro Kecil di Kabupaten Pasuruan. Beberapa indikator penting untuk menilai penguatan *branding* produk UMK di Kabupaten Pasuruan dalam pandangan konsumen produk UMK , sebagai berikut:

No	Indikator Penguatan <i>Branding</i>	Keterangan
1	Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	Sebagian besar calon pembeli tidak mempertimbangkan merk halal, konsumen cenderung memilih produk

		berdasarkan keinginan dan citarasa dari produk yang diinginkannya.
2	Asosiasi Merek (<i>Brand Associations</i>).	Sebagian besar konsumen tidak setuju dengan deskripsi yang menyatakan bahwa produk UMKM yang tersertifikasi halal dapat dijadikan sebagai gaya hidup, strata sosial, dan peran professional dari perkumpulan yang menggunakan produk UMKM tersertifikasi halal. Konsumen yang tidak setuju dengan deskripsi ini rata-rata konsumen yang berpendidikan rendah dan pengetahuan tentang sertifikasi halal masih kurang bahkan tidak mengetahui. Sedangkan sebagian konsumen lainnya setuju bahwa deskripsi produk yang tersertifikasi halal dapat menunjukkan <i>lifestyle</i> , kelas sosial dan peran professional dari konsumen tersebut. Golongan konsumen tersebut berlatar belakang akademik tinggi serta memiliki pemahaman sertifikasi halal yang baik.
3	Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	Konsumen sebagian besar memandang kualitas produk tidak hanya didasarkan pada logo, tetapi lebih didasarkan pada manfaat dan fungsi produk tersebut.
4	Loyalitas merek (<i>Brand Loyalty</i>)	Respon konsumen pada merk produk UMKM yang tersertifikasi halal tidak begitu besar, karena pengetahuan konsumen yang masih minim terhadap sertifikasi halal.

Dalam sebuah identitas tersimpan sejumlah karakteristik yang membedakan satu dengan yang lain Seperti sebuah kartu identitas terdapat sejumlah atribut yang menjadi pembeda. Bagi para pemilik merek yang sangat berkepentingan dengan citra merek, identitas merek adalah apa yang disodorkan pemasar, dan citra merek adalah bagaimana kesan konsumen terhadapnya. Agar mempunyai citra merek yang kuat perlu diperhatikan konsistensi dalam mengkomunikasikan kepribadian merek dalam bentuk penempatan posisi merek. Pada akhirnya konsumen mengenal merek produk UMKM yang tersertifikasi halal (*brand awareness*) dan kemudian mempunyai kesan tertentu terhadapnya (*brand image*), selanjutnya ia akan mengasosiasikannya dengan serangkaian atribut dan meletakkan merek tersebut dalam ingatannya. Salah satu kendala yang dihadapi adalah apa yang ingin dikomunikasikan pemasar belum tentu dipersepsikan oleh konsumen seperti yang diharapkan oleh pemasar.²²

Dengan demikian suatu citra merek yang kuat memberikan beberapa keunggulan utama bagi Pengusaha UMKM. Hal ini disebabkan karena kombinasi dari merek tersebut dapat diketahui produk atau jasa dari seseorang atau sekelompok orang sebagai pelaku UMKM yang dapat membedakan dengan

²² Ibid., 86-90.

produk pesaingnya. Ekuitas merek produk yang tersertifikasi halal adalah pengaruh diferensial positif bahwa mengenal nama merek akan membuat pelanggan merespons produk atau jasa. Merek dengan ekuitas merek yang kuat adalah aset yang sangat berharga.²³

D. KESIMPULAN

Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa produk UMKM yang tersertifikasi halal di Kabupaten Pasuruan belum memiliki *branding* yang kuat pada konsumen. Hal ini disebabkan latar belakang pendidikan, pengaruh lingkungan, dan pengetahuan konsumen tentang sertifikasi halal masih kurang. Keadaan ini harus segera direspon dengan baik oleh pelaku usaha UMKM di Kabupaten Pasuruan, agar sertifikasi halal tidak hanya sekedar logo, tetapi benar-benar sesuai dengan standar halal dengan melakukan peningkatan pemahaman pada konsumen dalam pemasaran produk yang dihasilkan

Pemilihan merek di pasar yang dilakukan konsumen dengan banyaknya merek yang beredar menyebabkan konsumen merasa bingung dalam menentukan produk pilihannya. Oleh sebab itu merek menjadi suatu yang penting dalam manajemen perusahaan. Pelaku UMKM harus segera melakukan penempatan posisi merek (*brand positioning*), mengomunikasikan proposisi nilai yang menunjukkan keunggulan sebuah merk dibandingkan dengan pesaingnya, sehingga menjadi alasan mengapa konsumen memilih produk yang tersertifikasi halal. Selanjutnya produk tersebut dapat diposisikan pada hati konsumen, pemberian identitas pada merek didukung oleh sebuah kepribadian agar sesuai pada konsumen sasarannya.

E. DAFTAR PUSTAKA

Abdul Aziz, "Fiqh Kuliner: Analisis Pendapat Malikiyyah Dan Syafi'iyah Tentang Status Halal-Haram Hewan," *Falasifa*, Volume 10 Nomor 1 (Maret 2019),2.

Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran* (Fakultas Peternakan Univ. Udayana, 2017), 84.

Diah Ayu Legowati¹, Farah Nisa Ul Albab, Pengaruh Attitude, "Sertifikasi Halal, Promosi dan Brand terhadap Purchase Intention di Restoran Bersertifikasi Halal", *IHTIFAZ :Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*.(2019),1.

²³ Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran* (Fakultas Peternakan Univ. Udayana, 2017), 84.

Djamila Abbas, Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM Kota Makasar,” *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)* Vol. 5, No.1, (Januari- Juni 2018), 96.

Dwi Edi Wibowo, Benny Diah Mandusari, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan,” *Indonesian Journal of Halal*,75.

JM Muslimin, “Halal Product Guarantee in Indonesia Regulation and Social Inclusion,” *Shirkah Journal of Economics and Business*, Vol. 4 No. 1, (January - April 2019),29.

Kurnia Fitra Nanda, Retty Ikawati, “Hubungan Persepsi Label Halal MUI Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Surakarta”, *Journal of Food and Culinary*, Vol. 3, No. 1,(Juni 2020),2.

Muchtar Ali, “ Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk atas Produsen Industri Halal, *Ahkam: Vol. XVI, No.2, (Juli 2016), 291.*

Muhammad Syarif Hidayatullah,” Sertifikasi Halal dan Labelisasi Halal pada Makanan dalam Perspektif Hukum Islam (Perspektif Ayat Ahkam). *YUDISIA: Jurnal Pemikiran Hukum dan Hukum Islam*, Vol. 11No.2 (Desember 2020),252.

Mukti Fajar ND, *UMKM dan Globalisasi Ekonomi*, (Yogyakarta, LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta: 2015),96.

Nashirun, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Halal dan Haram dalam Tinjauan Syariah,” *Jurnal SEBI (Studi Ekonomi dan Bisnis Islam)*, Vol 1 No. 2 (Juli–Desember 2019),1.

Nur Sanapiah, *Penelitian Kualitatif*, (Medan, Wal ashri Publishing , 2020),129.

Nuraini, Halalan Thayyiban Alternatif Qurani Untuk Hidup Sehat, *Al-Mu’ashirah* Vol. 15, No. 1, (Januari 2018), 91.

Ridwan Muhammadan Pane, “Analisis Perilaku Konsumen Atas Penerapan Labelisasi Halal dalam Suatu Produk (Studi Kasus UD. Sariwangi Tangerang),” *Jurnal Mozaik* Vol. IX Edisi 2 (Desember 2017), 145.

Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Bandung: Alfabeta,2013),51.

Syafrida, “Sertifikat Halal Pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim,” *ADIL Jurnal Hukum* (2016), 160.

Yin, R., *Case Study Research : Design and Methods*. (London ; Sage, 1989), 72.

www. BPS. Kabupaten Pasuruan

https://jatim. Kemenag.go.id.

https://radarbromo. jawapos.com.

<https://www.pasuruankab.go.id>