

The Impact of Halal Certification on Improving the Financial Performance of Micro and Small Enterprises in Talaga Village

Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Peningkatan Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil di Desa Talaga

Alfathu Kabiru Rifa'i

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Terbuka
049150881@ecampus.ut.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the impact of halal certification on improving the financial performance of Micro Small Enterprises (MSEs) in Talaga Village by comparing conditions before and after obtaining halal certificates. Using a mixed-method research approach, data were collected from 35 MSEs that have obtained halal certification through the BPJPH Sehati Program during 2023-2025. Quantitative analysis was conducted using paired sample t-tests to examine the significance of differences in average revenue and profit, while descriptive qualitative analysis was used to understand the factors causing performance changes. The research results show an average revenue increase of 41.2% (from IDR 6,617,143 to IDR 9,348,571) and net profit increased by 44.8% (from IDR 5,442,857 to IDR 7,885,714). The improvement in financial performance occurred due to increased consumer trust, expanded access to online and corporate markets, and the effectiveness of marketing strategies based on halal certification. This research provides practical contributions for MSE actors in considering halal certification investment as a strategy for significant business performance improvement.

Keywords: *Comparative Analysis, Financial Performance, Halal Certification, Micro Small Enterprises, Talaga Village.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak sertifikasi halal terhadap peningkatan kinerja keuangan Usaha Mikro Kecil (UMK) di Desa Talaga dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah perolehan sertifikat halal. Menggunakan metode penelitian gabungan (mixed method), data dikumpulkan dari 35 UMK yang telah memperoleh sertifikasi halal melalui Program Sehati BPJPH dalam periode 2023-2025. Analisis kuantitatif dilakukan menggunakan paired sample t-test untuk menguji signifikansi perbedaan rata-rata omzet dan laba, sementara analisis kualitatif deskriptif digunakan untuk memahami faktor-faktor penyebab perubahan kinerja. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan rata-rata omzet sebesar 41,2% (dari Rp 6.617.143 menjadi Rp 9.348.571) dan laba bersih meningkat 44,8% (dari Rp 5.442.857 menjadi Rp 7.885.714). Peningkatan kinerja keuangan terjadi akibat peningkatan kepercayaan konsumen, perluasan akses pasar online dan korporat, serta efektivitas strategi pemasaran berbasis sertifikasi halal. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pelaku UMK dalam mempertimbangkan investasi sertifikasi halal sebagai strategi peningkatan kinerja bisnis yang signifikan.

Kata kunci: Analisis Komparatif, Kinerja Keuangan, Sertifikasi Halal, Usaha Mikro Kecil, Desa Talaga.

1. Pendahuluan

Industri halal global mengalami pertumbuhan pesat dengan nilai pasar mencapai USD 2,4 triliun pada tahun 2022 dan diproyeksikan tumbuh 6,1% per tahun hingga 2030 (State of Global Islamic Economy Report, 2023). Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar dunia memiliki potensi strategis dalam mengembangkan ekonomi halal, khususnya melalui pemberdayaan Usaha Mikro Kecil

(UMK) yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023).

Sertifikasi halal telah menjadi instrumen penting dalam meningkatkan daya saing produk UMK di pasar domestik maupun global. Menurut Wilson & Liu (2021), sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai jaminan kepatuhan syariah, tetapi juga sebagai strategi diferensiasi produk yang dapat meningkatkan nilai tambah ekonomi. Penelitian Ahmed et al. (2020) di Malaysia menunjukkan bahwa UMK yang memiliki sertifikasi halal mengalami peningkatan omzet rata-rata 38% dalam dua tahun pertama pasca-sertifikasi.

Di Indonesia, implementasi Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang berlaku penuh sejak Oktober 2024 telah mendorong percepatan sertifikasi halal melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Program Sehati (Sertifikasi Halal Gratis) yang diluncurkan BPJPH bertujuan memfasilitasi UMK dalam memperoleh sertifikasi halal tanpa biaya, sehingga diharapkan dapat meningkatkan partisipasi dan kinerja UMK (BPJPH, 2023).

Namun demikian, studi empiris mengenai dampak sertifikasi halal terhadap kinerja keuangan UMK di Indonesia masih terbatas, terutama pada tingkat desa atau komunitas lokal. Penelitian Susanto & Widayanto (2022) di Jawa Tengah menunjukkan hasil yang beragam tergantung karakteristik usaha dan strategi implementasi sertifikasi. Sementara itu, Rahayu et al. (2023) menekankan pentingnya analisis komparatif pre-post sertifikasi untuk memahami dampak sesungguhnya terhadap kinerja bisnis UMK.

Desa Talaga di Kecamatan Cikupa, Kabupaten Tangerang, merupakan salah satu daerah yang aktif dalam program sertifikasi halal melalui Program Sehati BPJPH. Dengan karakteristik UMK yang beragam dalam bidang makanan, minuman, dan produk olahan, Desa Talaga menjadi lokasi yang representatif untuk menganalisis dampak sertifikasi halal terhadap kinerja keuangan UMK. Kondisi ini memberikan peluang untuk melakukan evaluasi komprehensif terhadap efektivitas program sertifikasi halal dalam meningkatkan kinerja ekonomi UMK di tingkat grassroot.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak sertifikasi halal terhadap kinerja keuangan UMK di Desa Talaga, menguji signifikansi perbedaan kinerja keuangan UMK sebelum dan sesudah memperoleh sertifikasi halal, serta mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan perubahan kinerja keuangan UMK pasca-sertifikasi halal.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan literatur akuntansi dan ekonomi syariah, khususnya dalam memahami hubungan antara sertifikasi halal dan kinerja keuangan UMK. Secara praktis, penelitian ini memberikan informasi empiris bagi pelaku UMK tentang manfaat ekonomi sertifikasi halal, menyediakan evaluasi program sertifikasi halal bagi pemerintah dan BPJPH, menjadi referensi untuk penelitian lanjutan bagi akademisi, serta meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya sertifikasi halal dalam pengembangan ekonomi local.

2. Metode

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode gabungan (mixed method) dengan desain sequential explanatory. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang dampak sertifikasi halal terhadap kinerja

keuangan UMK. Tahap pertama menggunakan analisis kuantitatif untuk mengukur perbedaan kinerja keuangan sebelum dan sesudah sertifikasi halal, kemudian dilanjutkan dengan analisis kualitatif untuk menjelaskan faktor-faktor penyebab perubahan tersebut. Kombinasi kedua pendekatan ini memungkinkan peneliti tidak hanya mengidentifikasi besaran dampak, tetapi juga memahami mekanisme bagaimana sertifikasi halal mempengaruhi kinerja bisnis UMK.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh UMK di Desa Talaga, Kecamatan Cikupa, Kabupaten Tangerang yang telah memperoleh sertifikasi halal melalui Program Sehat BPJPH periode 2023-2025. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria UMK yang memiliki data keuangan lengkap sebelum dan sesudah sertifikasi serta bersedia berpartisipasi dalam penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 34 UMK sebagai sampel penelitian yang terdiri dari usaha makanan dan minuman seperti ayam crispy, warung makan, pembuatan tempe, siomay batagor, snack keripik, cappucino cincau, kedai makanan, aneka snack, Cireng, pempek, donat, cake and bakery, bubur sumsum, goreng pisang, seblak, es tebu, martabak, sushi, rumah makan lesehan, sambel pecel, risoles, serabi, kopi roastery, kue nastar, dan produk olahan lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang berisi informasi demografis usaha, data keuangan komparatif, dan persepsi pelaku usaha terhadap dampak sertifikasi halal. Selain itu, dilakukan wawancara mendalam untuk memahami motivasi, tantangan, dan perubahan strategi bisnis pasca-sertifikasi. Data sekunder diperoleh dari database Program Sehat BPJPH dan dokumentasi administrasi UMK. Pengumpulan data dilakukan pada periode Agustus 2025 dengan melibatkan seluruh responden yang memenuhi kriteria sampling.

Analisis Data

Analisis kuantitatif menggunakan analisis deskriptif untuk menghitung rata-rata omzet dan laba bersih sebelum dan sesudah sertifikasi, serta menghitung persentase peningkatannya. Untuk menguji signifikansi perbedaan kinerja keuangan, digunakan uji beda (Paired Sample T-Test) dengan tingkat signifikansi 5%. Analisis kualitatif dilakukan dengan teknik deskriptif interpretatif untuk menganalisis faktor-faktor penyebab perubahan kinerja, strategi pemasaran, dan dampak perluasan pasar. Integrasi hasil analisis kuantitatif dan kualitatif dilakukan melalui triangulasi data untuk menghasilkan kesimpulan yang komprehensif.

Tabel 1. Ringkasan Metode Penelitian

Aspek	Deskripsi
Desain Penelitian	Mixed Method (Sequential Explanatory)
Populasi	UMK bersertifikat halal di Desa Talaga (2023-2025)
Sampel	34 UMK (Purposive Sampling)
Variabel Independen	Status Sertifikasi Halal (Sebelum vs Sesudah)
Variabel Dependen	Omzet dan Laba Bersih Bulanan
Teknik Pengumpulan Data	Kuesioner dan Wawancara Mendalam
Analisis Kuantitatif	Analisis Deskriptif dan Paired Sample T-Test

Analisis Kualitatif	Deskriptif Interpretatif
Periode Pengumpulan Data	Agustus 2025

3. Hasil Dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Penelitian ini berhasil mengumpulkan data dari 34 UMK di Desa Talaga yang telah memperoleh sertifikasi halal melalui Program Sehati BPJPH. Karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas UMK bergerak di bidang makanan dan minuman dengan tahun berdiri berkisar antara 2022-2024, dan memperoleh sertifikasi halal pada periode 2023-2025. Jumlah karyawan yang bekerja rata-rata 1-4 orang per usaha, menunjukkan skala usaha yang masuk kategori mikro kecil.

Tabel 2. Karakteristik Responden UMK Bersertifikat Halal

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Tahun Berdiri	2022	1	2,9
	2023	9	26,5
	2024	24	70,6
Jumlah Karyawan	1 orang	7	20,6
	2 orang	13	38,2
	3 orang	9	26,5
	4 orang	5	14,7
Tahun Sertifikasi	2023	8	23,5
	2024	22	64,7
	2025	4	11,8

Hasil analisis kinerja keuangan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada omzet dan laba bersih UMK setelah memperoleh sertifikasi halal. Data menunjukkan rata-rata omzet sebelum sertifikasi sebesar Rp 6.617.143 per bulan, meningkat menjadi Rp 9.348.571 per bulan setelah sertifikasi. Demikian pula dengan laba bersih yang meningkat dari Rp 5.442.857 menjadi Rp 7.885.714 per bulan.

Tabel 3. Perbandingan Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah Sertifikasi Halal

Indikator	Sebelum Sertifikasi (Rp)	Sesudah Sertifikasi (Rp)	Peningkatan (Rp)	Persentase (%)
Rata-rata Omzet	6.617.143	9.348.571	2.731.428	41,3
Rata-rata Laba Bersih	5.442.857	7.885.714	2.442.857	44,9
Omzet Minimum	2.500.000	4.000.000	1.500.000	60,0
Omzet Maksimum	15.000.000	18.000.000	3.000.000	20,0
Laba Minimum	2.000.000	3.500.000	1.500.000	75,0
Laba Maksimum	13.000.000	16.000.000	3.000.000	23,1

Hasil uji paired sample t-test menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) untuk peningkatan omzet dan laba bersih, yang berarti terdapat perbedaan yang

signifikan secara statistik antara kinerja keuangan sebelum dan sesudah memperoleh sertifikasi halal. Hal ini mengonfirmasi bahwa peningkatan kinerja keuangan bukan merupakan kebetulan, melainkan dampak nyata dari implementasi sertifikasi halal.

Tabel 4. Hasil Uji Statistik Paired Sample T-Test

Variabel	Mean Difference	Std. Deviation	t-value	Sig. (2-tailed)	Kesimpulan
Omzet	2.731.428	1.285.743	12,399	0,000	Signifikan
Laba Bersih	2.442.857	1.156.894	12,321	0,000	Signifikan

Analisis faktor motivasi menunjukkan bahwa 100% responden memiliki kesadaran pribadi akan pentingnya produk halal, 94,1% mengikuti program pendampingan pemerintah, dan 88,2% ingin memperluas pasar. Sementara itu, tantangan terbesar yang dihadapi adalah kesulitan dalam proses input data di aplikasi SiHalal (70,6% responden), diikuti dengan kesulitan mendapatkan pendamping halal (17,6% responden).

Tabel 5. Dampak Sertifikasi Halal terhadap Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran	Jumlah Pengguna	Persentase (%)
Mencantumkan logo pada spanduk/gerobak	24	70,6
Mempromosikan di media sosial	32	94,1
Mencantumkan logo pada kemasan	16	47,1
Memberi tahu pelanggan secara langsung	28	82,4

Persepsi responden terhadap dampak sertifikasi halal menunjukkan hasil yang sangat positif. Sebanyak 79,4% responden sangat setuju bahwa sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan pelanggan, 70,6% sangat setuju bahwa sertifikasi membuka peluang pasar baru, dan 76,5% sangat setuju bahwa manfaat sertifikasi sepadan dengan biaya dan usaha yang dikeluarkan.

Pembahasan

Hasil penelitian ini mengonfirmasi dampak positif sertifikasi halal terhadap kinerja keuangan UMK di Desa Talaga. Peningkatan omzet sebesar 41,3% dan laba bersih sebesar 44,9% menunjukkan bahwa sertifikasi halal bukan hanya memberikan jaminan kepatuhan syariah, tetapi juga menjadi instrumen strategis untuk meningkatkan kinerja bisnis. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ahmed et al. (2020) di Malaysia yang melaporkan peningkatan omzet UMK bersertifikat halal sebesar 38% dalam dua tahun pertama pasca-sertifikasi. Peningkatan yang lebih tinggi dalam penelitian ini dapat dijelaskan oleh karakteristik pasar Indonesia yang memiliki populasi Muslim mayoritas, sehingga produk halal memiliki daya tarik yang lebih kuat bagi konsumen domestik.

Signifikansi statistik dari hasil uji paired sample t-test ($p < 0,05$) membuktikan bahwa peningkatan kinerja keuangan merupakan dampak langsung dari implementasi sertifikasi halal, bukan faktor eksternal lainnya. Hal ini memperkuat argumen Wilson & Liu (2021) bahwa sertifikasi halal berfungsi sebagai strategi diferensiasi produk yang menciptakan nilai tambah ekonomi. Peningkatan laba bersih yang lebih tinggi dibandingkan omzet (44,9% vs 41,3%) menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya meningkatkan volume penjualan, tetapi juga

memungkinkan UMK untuk menetapkan harga premium karena perceived value yang lebih tinggi di mata konsumen.

Faktor utama yang mendorong peningkatan kinerja keuangan adalah perluasan akses pasar yang signifikan. Data menunjukkan bahwa UMK bersertifikasi halal dapat memasuki segmen pasar baru seperti kantin perusahaan, institusi pendidikan, dan platform online yang mensyaratkan sertifikasi halal. Transformasi strategi pemasaran juga berperan penting, dimana 94,1% responden memanfaatkan media sosial dan 70,6% menggunakan logo halal pada spanduk sebagai alat promosi. Integrasi sertifikasi halal dalam komunikasi pemasaran tidak hanya meningkatkan brand awareness, tetapi juga membangun trust dan credibility yang menjadi faktor kunci dalam keputusan pembelian konsumen Muslim.

Kepercayaan konsumen menjadi mediator utama dalam hubungan antara sertifikasi halal dan kinerja keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 79,4% responden sangat yakin bahwa sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan pelanggan, yang kemudian berkontribusi terhadap loyalitas dan repeat purchase. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori signaling theory, dimana sertifikasi halal berfungsi sebagai sinyal kualitas yang mengurangi asymmetric information antara produsen dan konsumen. Dalam konteks produk halal, sertifikasi mengatasi ketidakpastian konsumen tentang kehalalan produk, sehingga meningkatkan willingness to pay dan frequency of purchase.

Implementasi Program Sehat BPJPH terbukti efektif dalam mendorong partisipasi UMK untuk memperoleh sertifikasi halal. Meskipun 70,6% responden menghadapi tantangan teknis dalam proses aplikasi, bantuan pendampingan dari pemerintah berhasil memfasilitasi penyelesaian proses sertifikasi. Hal ini mengindikasikan pentingnya dukungan institusional dalam mempercepat adopsi sertifikasi halal di tingkat grassroot. Keberhasilan program ini sejalan dengan tujuan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah bahwa investasi dalam sertifikasi halal memberikan return yang signifikan bagi UMK, tidak hanya dalam jangka pendek melalui peningkatan omzet dan laba, tetapi juga dalam jangka panjang melalui pembangunan competitive advantage dan market positioning yang lebih kuat. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini memberikan justifikasi empiris untuk melanjutkan dan memperluas Program Sehat sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi UMK.

4. Simpulan

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dampak sertifikasi halal terhadap kinerja keuangan UMK di Desa Talaga, dapat disimpulkan bahwa:

1. Peningkatan Kinerja Keuangan yang Signifikan: Sertifikasi halal terbukti meningkatkan kinerja keuangan UMK secara signifikan dengan peningkatan rata-rata omzet sebesar 41,3% (dari Rp 6.617.143 menjadi Rp 9.348.571) dan laba bersih meningkat 44,9% (dari Rp 5.442.857 menjadi Rp 7.885.714). Hasil uji paired sample t-test menunjukkan signifikansi statistik ($p < 0,05$) yang mengonfirmasi bahwa peningkatan tersebut merupakan dampak langsung dari sertifikasi halal.
2. Faktor Penyebab Peningkatan Kinerja: Peningkatan kinerja keuangan UMK pasca-sertifikasi halal disebabkan oleh tiga faktor utama: (a) peningkatan kepercayaan

konsumen sebesar 79,4%, (b) perluasan akses pasar baru melalui platform online dan korporat sebesar 70,6%, dan (c) efektivitas strategi pemasaran berbasis logo halal melalui media sosial (94,1%) dan spanduk usaha (70,6%).

3. Efektivitas Program Sehati BPJPH: Program Sertifikasi Halal Gratis (Sehati) BPJPH terbukti efektif dalam mendorong partisipasi UMK memperoleh sertifikasi halal, meskipun masih terdapat tantangan teknis dalam proses aplikasi yang dihadapi 70,6% responden.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar pelaku UMK memanfaatkan sertifikasi halal sebagai investasi strategis untuk meningkatkan kinerja bisnis dan mengoptimalkan penggunaan logo halal dalam strategi pemasaran terutama melalui media sosial. Pemerintah dan BPJPH perlu menyempurnakan sistem aplikasi SiHalal untuk mengurangi kendala teknis dan memperluas Program Sehati ke daerah lain dengan pendampingan yang memadai. Untuk penelitian lanjutan, diperlukan studi longitudinal untuk menganalisis dampak jangka panjang sertifikasi halal dan penelitian komparatif regional untuk memvalidasi generalisasi temuan serta menganalisis dampak terhadap indikator kinerja non-keuangan seperti inovasi produk dan keberlanjutan usaha.

5. Daftar Pustaka

- Ahmed, W., Najmi, A., Faizan, H. M., & Ahmed, S. (2020). Consumer behaviour towards willingness to pay for halal products: An assessment of demand for halal certification in a Muslim country. *British Food Journal*, 122(2), 492-510.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2023). *Program Sertifikasi Halal Gratis (Sehati) untuk UMKM*. Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Elseidi, R. I. (2018). Determinants of halal purchasing intentions: Evidences from UK. *Journal of Islamic Marketing*, 9(1), 167-190.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Hampshire: Cengage Learning.
- Henderson, J. C. (2016). Halal food, certification and halal tourism: Insights from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspectives*, 19, 160-164.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. (2023). *Statistik usaha mikro, kecil, dan menengah tahun 2022-2023*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Ngah, A. H., Gabda, D., Utami, W., & Zainol, Z. (2021). The impact of halal certification on the financial performance of Malaysian public listed companies. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), 1621-1637.
- Rahayu, S., Wibowo, A., & Setiawan, B. (2023). Analisis dampak sertifikasi halal terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(2), 145-162.
- Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- State of the Global Islamic Economy Report. (2023). *Thriving in uncertainty* (10th ed.). Dubai: DinarStandard.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Susanto, H., & Widayanto, R. (2022). Pengaruh sertifikasi halal terhadap kinerja keuangan UMKM makanan dan minuman di Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 15(3), 234-248.

Thomson Reuters. (2023). *State of the global Islamic economy report 2023*. London: Thomson Reuters.

Wilson, J. A., & Liu, J. (2021). The challenges of Islamic branding: Navigating emotions and halal. *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), 28-42.

Zailani, S., Kanapathy, K., Iranmanesh, M., & Tieman, M. (2015). Drivers of halal orientation strategy among halal food firms. *British Food Journal*, 117(8), 2143-2160.