

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Banjarmasin merupakan salah satu kota di Kalimantan Selatan yang dikenal sebagai pusat perdagangan, jasa, dan aktivitas ekonomi masyarakat serta dijuluki “Kota Seribu Sungai”. Kondisi tersebut turut mendukung perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya pada sektor makanan dan minuman. Kota Banjarmasin terdiri atas lima kecamatan, yaitu Kecamatan Banjarmasin Selatan, Timur, Barat, Tengah, dan Utara, yang memiliki aktivitas ekonomi cukup berkembang sehingga mendukung pertumbuhan UMKM makanan dan minuman.

Penelitian ini dilaksanakan pada lima kecamatan di Kota Banjarmasin dengan melibatkan pelaku UMKM sektor makanan dan minuman yang telah memperoleh sertifikasi halal program *self declare* serta konsumen yang melakukan pembelian pada UMKM tersebut. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh sertifikasi halal program *self declare* terhadap kepercayaan konsumen dan daya saing UMKM.

Kota Banjarmasin dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki perkembangan usaha yang cukup pesat serta tingginya kebutuhan masyarakat terhadap produk makanan dan minuman yang terjamin

kehalalannya, sehingga relevan untuk mengkaji sertifikasi halal, kepercayaan konsumen, dan daya saing UMKM.

2. Deskripsi Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil penelitian lapangan yang dilakukan peneliti melalui wawancara langsung kepada lima belas (15) informan yang memenuhi kriteria penelitian, informan terdiri atas sembilan (9) pelaku UMKM sektor makanan dan minuman yang telah memperoleh sertifikasi halal program *self declare* serta enam (6) konsumen sebagai perwakilan dari masing-masing kecamatan di Banjarmasin. Informan penelitian berasal dari beberapa wilayah kecamatan, yaitu Kecamatan Banjarmasin Selatan, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kecamatan Banjarmasin Barat, Kecamatan Banjarmasin Tengah, dan Kecamatan Banjarmasin Utara.

a. Informan Pertama Konsumen

Nama : Surhaliza Aprilianti

Umur : 26 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Kecamatan Banjarmasin Selatan

Surhaliza Aprilianti merupakan salah satu konsumen yang berdomisili di Kecamatan Banjarmasin Selatan Kota Banjarmasin. Berdasarkan hasil wawancara, informan menyampaikan bahwa dalam membeli makanan maupun minuman dirinya tidak selalu langsung berpatokan pada keberadaan logo halal, namun lebih melihat situasi dan jenis tempat usaha yang dikunjungi. Apabila membeli pada tempat yang

sudah dikenal atau makanan yang secara umum diyakini halal oleh masyarakat, informan cenderung tidak terlalu mempertanyakan status halal secara khusus. Akan tetapi, ketika membeli pada tempat yang belum dikenal, mencoba usaha baru, atau melihat produk yang belum jelas asal bahan dan proses pengolahannya, keberadaan sertifikasi halal menjadi salah satu hal yang lebih diperhatikan.

Menurut informan, keberadaan logo halal membantu memberikan rasa lebih tenang karena produk dipandang memiliki kejelasan terkait bahan dan proses pengolahan yang digunakan. Selain itu, informan juga memperhatikan kebersihan tempat usaha dan cara penyajian produk karena dianggap mencerminkan keseriusan pelaku usaha dalam menjaga kualitas makanan maupun minuman yang dijual.

Surhaliza juga menilai bahwa pelaku usaha yang memiliki sertifikasi halal terlihat lebih serius dan lebih meyakinkan dalam menjalankan usaha. Menurutnya, keberadaan sertifikasi halal menunjukkan adanya tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk yang dijual serta perhatian terhadap kenyamanan konsumennya. Oleh sebab itu, label halal dipandang bukan hanya sebagai simbol keagamaan, tetapi juga menjadi salah satu bentuk keyakinan tambahan ketika menentukan pilihan makanan maupun minuman.

b. Informan Kedua Konsumen

Nama : Solikhin

Umur : 19 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Alamat : Kecamatan Banjarmasin Timur

Solikhin merupakan salah satu konsumen yang berdomisili di Kecamatan Banjarmasin Timur Kota Banjarmasin. Sebagai anak muda yang cukup sering membeli makanan di luar maupun mencoba tempat makan baru, informan mengaku biasanya lebih memperhatikan kenyamanan dan keyakinan terhadap produk yang dibeli, khususnya ketika membeli di tempat yang belum pernah dicoba sebelumnya.

Berdasarkan hasil wawancara, informan menyampaikan bahwa keberadaan sertifikasi halal cukup membantu dalam memberikan rasa yakin ketika membeli makanan maupun minuman, terutama pada usaha yang belum terlalu dikenal. Informan menilai bahwa produk yang memiliki logo halal terlihat lebih meyakinkan karena memberikan kesan bahwa bahan, proses pengolahan, dan kebersihan produk lebih diperhatikan oleh pelaku usaha.

Namun demikian, informan mengungkapkan bahwa dirinya tidak selalu hanya bergantung pada logo halal. Pada beberapa kondisi, dirinya juga mempertimbangkan jenis makanan yang dijual serta kondisi tempat usaha. Apabila produk yang dijual secara umum telah dikenal halal dan tempat usaha terlihat bersih serta meyakinkan, dirinya tetap merasa cukup

nyaman untuk membeli. Meskipun begitu, apabila terdapat pilihan produk yang serupa, produk yang telah memiliki sertifikasi halal cenderung lebih dipilih karena memberikan rasa lebih tenang dan membantu mengurangi keraguan saat membeli.

c. Informan Ketiga Konsumen

Nama : Maulidi

Umur : 22 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Alamat : Kecamatan Banjarmasin Barat

Maulidi merupakan salah satu konsumen yang berdomisili di Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin. Sebagai mahasiswa dan anak kos yang cukup sering membeli makanan maupun minuman di luar, informan mengaku lebih mempertimbangkan kepraktisan ketika membeli makanan sehari-hari, terutama saat sedang sibuk atau membeli secara mendadak.

Berdasarkan hasil wawancara, informan menyampaikan bahwa dirinya tidak selalu secara khusus memperhatikan keberadaan logo halal ketika membeli makanan maupun minuman, terutama apabila jenis makanan yang dijual secara umum telah dikenal halal oleh masyarakat seperti olahan ayam, nasi, atau makanan rumahan. Menurutnya, selama makanan yang dijual terlihat wajar, bahan utamanya jelas, serta tidak menimbulkan keraguan, dirinya tetap merasa cukup yakin untuk membeli.

Meskipun demikian, keberadaan sertifikasi halal tetap dipandang memberikan nilai tambah, terutama ketika membeli pada tempat yang belum dikenal atau mencoba usaha baru. Informan menilai bahwa adanya logo halal membantu memberikan rasa lebih tenang karena terdapat keyakinan tambahan bahwa bahan dan proses pengolahan produk telah memiliki kejelasan yang lebih baik. Selain itu, kebersihan tempat usaha juga menjadi salah satu pertimbangan ketika membeli makanan karena dianggap berkaitan dengan kualitas dan keamanan produk yang dikonsumsi.

d. Informan Keempat Konsumen

Nama : Summiaty

Umur : 22 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Kecamatan Banjarmasin Tengah

Summiaty merupakan salah satu konsumen yang berdomisili di Kecamatan Banjarmasin Tengah Kota Banjarmasin. Informan mengaku cukup sering membeli makanan maupun minuman di luar, terutama tempat makan yang sedang ramai diperbincangkan di media sosial atau direkomendasikan oleh teman. Dalam memilih makanan, informan mengaku cukup memperhatikan rasa aman dan keyakinan terhadap produk yang akan dikonsumsi, khususnya ketika mencoba tempat makan baru.

Berdasarkan hasil wawancara, informan menyampaikan bahwa keberadaan sertifikasi halal menjadi salah satu hal yang cukup diperhatikan sebelum membeli, terutama pada usaha yang belum pernah dicoba

sebelumnya. Informan menceritakan bahwa dirinya pernah tertarik mencoba makan di Mie Gacoan karena banyak direkomendasikan teman dan cukup ramai dibicarakan di media sosial. Namun pada saat itu sempat muncul rasa ragu setelah mendengar pembahasan mengenai status halal usaha tersebut. Keraguan tersebut membuat informan memilih mencari informasi terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli.

Menurut informan, setelah mengetahui bahwa tempat usaha tersebut telah memiliki sertifikasi halal, rasa ragu yang sebelumnya muncul mulai berkurang dan membuat dirinya lebih nyaman untuk mencoba. Informan menilai bahwa keberadaan logo halal memberikan rasa lebih tenang karena menunjukkan adanya kejelasan mengenai bahan maupun proses pengolahan produk. Walaupun tidak selalu menganggap produk tanpa sertifikasi halal sebagai produk yang tidak halal, informan mengaku cenderung lebih yakin memilih tempat makan yang memiliki logo halal, terutama ketika mencoba usaha baru atau tempat yang belum terlalu dikenal.

e. Informan Kelima Konsumen

Nama : Fitdiatul

Umur : 40 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Kecamatan Banjarmasin Utara

Fitdiatul merupakan salah satu konsumen yang berdomisili di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin. Informan yang berprofesi sebagai guru sekaligus ibu rumah tangga ini mengaku cukup berhati-hati

dalam memilih makanan maupun minuman, terutama yang akan dikonsumsi bersama keluarga. Menurutnya, ketika membeli makanan tidak hanya rasa yang dipertimbangkan, tetapi juga rasa aman, kebersihan, dan keyakinan terhadap produk yang dikonsumsi.

Berdasarkan hasil wawancara, informan menyampaikan bahwa keberadaan sertifikasi halal menjadi salah satu hal yang cukup diperhatikan ketika membeli makanan, khususnya pada tempat yang belum dikenal atau ketika sedang berada di luar daerah. Informan menceritakan bahwa dirinya pernah membeli makanan yang sedang ramai diminati sepanjang minggu dan secara tidak langsung memperhatikan apakah tempat usaha tersebut memiliki logo halal karena merasa lebih tenang apabila terdapat tanda yang jelas mengenai kehalalan produk.

Selain melihat logo halal, informan juga memperhatikan kebersihan tempat usaha dan cara penyajian makanan karena dianggap berkaitan dengan kualitas serta keamanan produk yang akan dikonsumsi keluarga. Menurut informan, usaha yang memiliki sertifikasi halal terlihat lebih meyakinkan dan menunjukkan adanya tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumennya. Oleh sebab itu, apabila terdapat pilihan produk yang serupa, informan cenderung lebih memilih produk yang telah memiliki sertifikasi halal karena memberikan rasa lebih nyaman, aman, serta mengurangi rasa khawatir ketika dikonsumsi bersama keluarga.

f. Informan Keenam Konsumen

Nama : Nia Rahmawati

Umur : 22 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Banjarmasin Tengah

Nia Rahmawati merupakan salah satu konsumen yang berdomisili di Kecamatan Banjarmasin Tengah Kota Banjarmasin. Informan mengaku cukup sering mencoba makanan maupun minuman baru, terutama tempat yang sedang ramai dibicarakan di media sosial maupun direkomendasikan oleh teman. Namun demikian, sebelum membeli informan tetap berusaha memastikan kenyamanan dan keyakinan terhadap produk yang akan dikonsumsi, khususnya pada tempat yang belum pernah dicoba sebelumnya.

Berdasarkan hasil wawancara, informan menyampaikan bahwa dirinya termasuk konsumen yang cukup memperhatikan keberadaan sertifikasi halal, terutama apabila belum mengenal tempat usaha secara langsung. Informan menceritakan bahwa dirinya pernah tertarik mencoba salah satu tempat makan yang ramai dikunjungi, namun sempat merasa ragu setelah mengetahui bahwa pemilik atau pengelola usaha tersebut bukan beragama Islam. Keraguan tersebut muncul bukan karena langsung menganggap produk yang dijual tidak halal, melainkan karena informan belum mengetahui secara pasti bahan maupun proses pengolahan makanan yang digunakan.

Menurut informan, setelah mengetahui bahwa tempat usaha tersebut telah memiliki sertifikasi halal, rasa ragu yang sebelumnya muncul mulai berkurang dan membuat dirinya lebih nyaman untuk membeli. Informan menilai bahwa keberadaan logo halal membantu memberikan keyakinan tambahan karena menunjukkan adanya kejelasan terkait bahan dan proses pengolahan produk. Selain sertifikasi halal, informan juga memperhatikan kebersihan tempat usaha karena dianggap mencerminkan keseriusan pelaku usaha dalam menjaga kualitas makanan maupun minuman yang dijual. Oleh sebab itu, produk yang memiliki sertifikasi halal cenderung lebih dipercaya, terutama ketika membeli pada tempat yang baru pertama kali dicoba.

Tabel 4.1

Ringkasan Hasil Wawancara Konsumen

Konsumen	Ringkasan Hasil Wawancara
Surhaliza	Perhatian terhadap logo halal bergantung pada situasi pembelian. Logo halal lebih diperhatikan saat membeli pada usaha yang belum dikenal atau ketika terdapat keraguan terhadap produk. Sertifikasi halal memberikan rasa yakin, aman, dan nyaman serta membuat pelaku usaha terlihat lebih serius dan dapat dipercaya.
Iqbal	Sertifikasi halal membantu memberikan rasa yakin dalam membeli makanan dan minuman, terutama pada usaha yang belum dikenal. Produk yang memiliki logo halal dipandang lebih meyakinkan karena menunjukkan adanya perhatian terhadap bahan, proses pengolahan, dan kebersihan produk. Meskipun tetap mempertimbangkan jenis makanan dan kondisi tempat usaha, informan cenderung memilih produk yang telah

	bersertifikat halal karena memberikan rasa lebih tenang serta mengurangi keraguan saat melakukan pembelian.
Maulidi	Logo halal tidak selalu menjadi pertimbangan utama dalam pembelian makanan yang telah umum diyakini halal oleh masyarakat. Namun, keberadaan sertifikasi halal memberikan rasa lebih yakin dan tenang ketika membeli pada usaha yang belum dikenal atau saat mencoba produk baru karena menunjukkan adanya kejelasan mengenai bahan dan proses pengolahan produk.
Summiaty	Sertifikasi halal menjadi salah satu pertimbangan penting ketika membeli makanan dan minuman, terutama pada usaha yang belum pernah dicoba sebelumnya. Informan pernah merasa ragu untuk membeli pada suatu tempat makan karena belum mengetahui kejelasan status halalnya. Setelah mengetahui usaha tersebut telah memiliki sertifikasi halal, rasa ragu berkurang dan informan merasa lebih nyaman untuk membeli. Menurut informan, logo halal memberikan rasa lebih tenang dan meningkatkan keyakinan terhadap produk yang dikonsumsi, khususnya pada usaha baru atau yang belum dikenal.
Fitdiatul	Sertifikasi halal menjadi salah satu pertimbangan penting dalam membeli makanan dan minuman, terutama pada tempat yang belum dikenal atau saat berada di luar daerah. Keberadaan logo halal memberikan rasa aman dan tenang karena menunjukkan kejelasan kehalalan produk. Informan juga memperhatikan kebersihan tempat usaha dan cara penyajian makanan. Menurut informan, usaha yang memiliki sertifikasi halal terlihat lebih meyakinkan dan bertanggung jawab sehingga cenderung lebih dipilih ketika terdapat produk sejenis.
Nia Rahmawati	Sertifikasi halal menjadi salah satu aspek yang diperhatikan ketika membeli pada usaha yang belum dikenal. Informan sempat merasa ragu terhadap suatu tempat makan karena belum mengetahui kejelasan bahan dan proses

	pengolahan produknya. Setelah mengetahui usaha tersebut telah memiliki sertifikasi halal, rasa ragu berkurang dan keyakinan untuk membeli meningkat. Selain itu, kebersihan tempat usaha juga menjadi pertimbangan dalam menilai kualitas dan kepercayaan terhadap produk.
--	--

Sumber: Data di olah (2026)

a. Informan Pertama Pelaku UMKM

Nama : M. Rif'an Ansari

Jenis Kelamin : Laki-laki

Nama Usaha : Cakwe Ayam dan Udang Fanca

Jenis Usaha : Makanan

Alamat : Jl. Setia No. 9B Banjarmasin Selatan

Usaha ini dirintis sejak Oktober 2025 secara sederhana dari rumah, kemudian berkembang hingga dipasarkan di beberapa titik penjualan pinggir jalan dan melalui media sosial agar lebih mudah menjangkau pembeli.

Berdasarkan hasil wawancara, sebelum memperoleh sertifikasi halal pelanggan umumnya membeli berdasarkan rasa, rekomendasi, maupun ketertarikan terhadap produk. Namun setelah memperoleh sertifikasi halal program *self declare*, sebagian pelanggan terutama pembeli baru terlihat lebih yakin untuk mencoba karena keberadaan logo halal membantu memberikan rasa percaya tambahan terhadap produk yang dijual.

Menurut informan, keberadaan logo halal menjadi salah satu faktor yang membantu meyakinkan konsumen, khususnya ketika membeli pertama kali atau menemukan produk melalui media sosial. Namun, tidak semua

pelanggan menunjukkan perhatian yang sama terhadap sertifikasi halal karena sebagian tetap membeli berdasarkan rasa maupun telah menjadi pelanggan tetap.

Selain meningkatkan keyakinan pelanggan, informan mengaku terdapat peningkatan penjualan meskipun belum terlalu signifikan. Sertifikasi halal dinilai membantu usaha lebih mudah diterima pelanggan baru dan membuat produk terlihat lebih meyakinkan. Meski demikian, kualitas rasa, harga, dan pelayanan tetap menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen.

b. Informan Kedua Pelaku UMKM

Nama : Mirnawati Dewi

Jenis Kelamin : Perempuan

Nama Usaha : Bakso Goreng Amanah 18-21

Jenis Usaha : Makanan

Alamat : Jalan Veteran Gang Sepakat Banjarmasin Timur

Usaha ini bermula dari penjualan bakso goreng rumahan menggunakan sepeda motor ke beberapa sekolah, kemudian berkembang dan mulai dipasarkan melalui media sosial serta *TikTok Shop* untuk menjangkau pembeli yang lebih luas.

Berdasarkan hasil wawancara, informan mengaku sempat ragu mengikuti program sertifikasi halal karena belum memahami manfaatnya bagi usaha kecil yang dijalankan. Sebelum memperoleh sertifikasi halal, pelanggan umumnya membeli karena rasa, harga, maupun rekomendasi

pelanggan sebelumnya. Namun setelah memiliki sertifikasi halal, mulai terlihat perubahan pada respons sebagian pelanggan, terutama pembeli baru yang terlihat lebih yakin membeli karena produk dinilai memiliki kejelasan yang lebih baik.

Menurut informan, keberadaan logo halal menjadi salah satu faktor yang membantu meningkatkan keyakinan konsumen terhadap produk yang dijual. Walaupun tidak semua pelanggan secara langsung memperhatikan label halal, sebagian pembeli merasa lebih percaya ketika produk telah memiliki sertifikasi halal, khususnya saat membeli pertama kali atau membeli secara daring.

Selain meningkatkan rasa percaya pelanggan, sertifikasi halal juga dirasa membantu perkembangan usaha dan peningkatan penjualan. Informan mengungkapkan bahwa sejak produk mulai dipasarkan melalui *TikTok Shop*, keberadaan label halal membantu menarik pembeli baru dan menambah pendapatan usaha karena produk terasa lebih meyakinkan. Meskipun demikian, peningkatan penjualan tetap dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan minat pembeli.

c. Informan Ketiga Pelaku UMKM

Nama : Lidya Astuti

Jenis Kelamin : Perempuan

Nama Usaha : Ayam Pandan Laos

Jenis Usaha : Makanan

Alamat : Jl. Padat Karya Banjarmasin Utara

Berdasarkan hasil wawancara, sebelum memperoleh sertifikasi halal pembeli umumnya membeli karena rasa, lokasi yang mudah dijangkau, serta jenis makanan yang secara umum telah dikenal halal oleh masyarakat. Namun setelah memperoleh sertifikasi halal, sebagian pelanggan baru terlihat lebih yakin membeli karena adanya logo halal membantu memberikan rasa percaya tambahan terhadap produk.

Meski demikian, informan mengungkapkan bahwa tidak semua pelanggan terlalu memperhatikan sertifikasi halal karena sebagian besar pembeli telah merasa cukup yakin terhadap produk olahan ayam yang dijual. Pembeli juga jarang secara langsung menanyakan status halal produk, sehingga pengaruh sertifikasi halal lebih banyak dirasakan sebagai nilai tambah dibanding perubahan besar pada respons pelanggan.

Informan mengaku terdapat peningkatan penjualan, meskipun tidak terlalu signifikan. Menurutnya, keberadaan label halal membantu usaha terlihat lebih meyakinkan dan lebih siap bersaing di tengah banyaknya usaha makanan sejenis. Namun, faktor rasa, harga, dan lokasi usaha tetap menjadi pertimbangan utama konsumen.

d. Informan Keempat Pelaku UMKM

Nama : Faridah

Jenis Kelamin : Perempuan

Nama Usaha : Jubai Tea

Jenis Usaha : Minuman

Alamat : Jl. Sutoyo S Banjarmasin Barat

Berdasarkan hasil wawancara, sebelum memperoleh sertifikasi halal pembeli umumnya membeli karena rasa, harga yang terjangkau, dan lokasi usaha yang mudah dijangkau. Namun setelah memperoleh sertifikasi halal, informan merasa usaha yang dijalankan terlihat lebih meyakinkan dibanding sebelumnya, terutama bagi pembeli baru yang belum mengenal produk secara langsung.

Menurut informan, keberadaan logo halal menjadi salah satu faktor yang membantu meningkatkan keyakinan konsumen karena produk terasa memiliki kejelasan yang lebih baik. Walaupun pembeli jarang secara langsung menanyakan status halal produk, sebagian konsumen terlihat lebih percaya ketika usaha telah memiliki sertifikasi halal.

Informan mengaku terdapat perubahan terhadap perkembangan usaha, meskipun tidak terlalu signifikan. Sertifikasi halal membantu usaha terlihat lebih terpercaya di tengah banyaknya penjual minuman serupa, namun keputusan pembelian tetap dipengaruhi oleh rasa, harga, dan lokasi penjualan.

e. Informan Kelima Pelaku UMKM

Nama : Mahrita Sari

Jenis Kelamin : Perempuan

Nama Usaha : Es Susu Sehati Sejiwa

Jenis Usaha : Minuman

Alamat : Jl. Sungai Andai Banjarmasin Utara

Berdasarkan hasil wawancara, informan menyampaikan bahwa sebelum memperoleh sertifikasi halal pembeli lebih banyak membeli berdasarkan rasa, harga, maupun kebiasaan membeli sebelumnya. Namun setelah memperoleh sertifikasi halal, usaha terasa memiliki nilai tambah karena sebagian pembeli baru terlihat lebih yakin terhadap produk yang dijual.

Menurut informan, keberadaan logo halal menjadi salah satu faktor yang membantu membangun rasa percaya konsumen, terutama bagi pembeli yang belum mengenal usaha secara langsung. Walaupun pembeli tidak selalu menanyakan mengenai status halal produk, keberadaan label halal membuat usaha terlihat lebih jelas dan lebih meyakinkan dibanding sebelumnya. Informan menilai bahwa sertifikasi halal turut membantu perkembangan usaha dan meningkatkan daya tarik produk di tengah banyaknya usaha minuman serupa. Meski peningkatan penjualan tidak terlalu besar, keberadaan sertifikasi halal dipandang membantu menarik pelanggan baru dan menambah keyakinan konsumen terhadap produk.

f. Informan Keenam Pelaku UMKM

Nama : Ira Puspita Sari

Jenis Kelamin : Perempuan

Nama Usaha : AFC (Ady Fried Chicken)

Jenis Usaha : Makanan

Alamat : Jl. Rawa Sari Ujung Banjarmasin Barat

Berdasarkan hasil wawancara, informan menyampaikan bahwa sebelum memperoleh sertifikasi halal pembeli umumnya telah merasa cukup yakin terhadap produk yang dijual karena berupa ayam kentaki yang secara umum dikenal halal oleh masyarakat. Setelah memperoleh sertifikasi halal, tidak terlihat perubahan yang terlalu besar pada respons pembeli karena pelanggan jarang secara langsung menanyakan status halal produk.

Meskipun demikian, menurut informan keberadaan logo halal tetap menjadi salah satu faktor yang membantu meningkatkan keyakinan konsumen, terutama pelanggan baru yang belum mengenal usaha secara langsung. Sertifikasi halal membuat usaha terasa lebih rapi, lebih jelas, dan lebih meyakinkan di mata pembeli. Informan mengaku sertifikasi halal belum memberikan peningkatan penjualan yang terlalu signifikan, namun membantu usaha terlihat lebih siap bersaing, khususnya ketika berjualan di tempat ramai seperti bazar Pasar Wadai. Selain sertifikasi halal, kualitas rasa, harga, dan lokasi usaha tetap menjadi faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

g. Informan Ketujuh Pelaku UMKM

Nama : Olyvia

Jenis Kelamin : Perempuan

Nama Usaha : Nona Chocolates

Jenis Usaha : Makanan/Kue

Alamat : Perumahan Bunyamin Banjarmasin Timur

Usaha ini dijalankan sejak tahun 2023 dengan menjual berbagai produk kue yang dipasarkan secara langsung maupun melalui media sosial seperti Instagram. Berdasarkan hasil wawancara, informan menyampaikan bahwa keberadaan sertifikasi halal memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap usaha, terutama karena mayoritas konsumen di Kota Banjarmasin merupakan muslim. Sebagai pemilik usaha yang bukan beragama Islam, informan merasa label halal membantu produk lebih mudah diterima dan lebih dipercaya oleh pembeli.

Menurut informan, keberadaan logo halal menjadi salah satu faktor yang membantu meyakinkan konsumen terhadap produk, khususnya pembeli baru yang belum mengetahui bahan maupun proses pengolahan secara langsung. Sebagian konsumen terlihat lebih yakin membeli ketika produk telah memiliki sertifikasi halal, walaupun terdapat pula pelanggan yang membeli karena kualitas rasa dan rekomendasi pelanggan sebelumnya.

Selain meningkatkan kepercayaan pelanggan, informan juga mengaku terdapat peningkatan penjualan setelah memperoleh sertifikasi halal, terutama ketika produk dipasarkan melalui Instagram karena calon pembeli baru merasa lebih nyaman membeli produk yang telah memiliki kejelasan halal. Menurut informan, sertifikasi halal membantu usaha lebih mudah diterima, meningkatkan rasa percaya konsumen, serta menjadi nilai tambah di tengah persaingan usaha sejenis.

h. Informan Kedelapan Pelaku UMKM

Nama : Zulian Suchirnanda

Jenis Kelamin : Laki-laki

Nama Usaha : Titik BA Bakery

Jenis Usaha : Makanan

Alamat : Jl. Museum Perjuangan Banjarmasin Utara

Usaha roti rumahan ini mulai dijalankan sejak Maret 2024 dan dipasarkan secara langsung maupun melalui media sosial untuk menjangkau pembeli yang lebih luas. Menurut informan, keberadaan logo halal menjadi salah satu faktor yang membantu membangun rasa percaya konsumen, terutama ketika produk dipasarkan melalui media sosial dimana pembeli belum mengenal usaha secara langsung. Walaupun tidak semua pembeli secara khusus memperhatikan label halal, keberadaan sertifikasi halal membantu usaha terlihat lebih profesional dan lebih meyakinkan.

Informan mengaku terdapat peningkatan penjualan meskipun tidak terlalu besar. Menurutnya, sertifikasi halal membantu usaha memiliki nilai tambah dan lebih mudah diterima pelanggan baru, walaupun kualitas produk dan pelayanan tetap menjadi faktor penting dalam menjaga pelanggan.

i. Informan Kesembilan Pelaku UMKM

Nama : Misnah

Jenis Kelamin : Perempuan

Nama Usaha : KOEH Semprong 2M

Jenis Usaha : Makanan

Alamat : Jl. Melayu Darat Banjarmasin Tengah

Berdasarkan hasil wawancara, informan mengaku pada awalnya tidak terlalu terpikir untuk mengurus sertifikasi halal karena usaha masih berskala kecil dan lebih fokus pada penjualan sehari-hari. Namun setelah memperoleh sertifikasi halal melalui program *self declare*, usaha terasa memiliki nilai tambah dibanding sebelumnya.

Menurut informan, keberadaan logo halal menjadi salah satu faktor yang membantu meningkatkan keyakinan konsumen, terutama pembeli baru yang belum mengenal usaha secara langsung. Walaupun pelanggan lama cenderung membeli karena rasa dan kebiasaan, sertifikasi halal membuat produk terlihat lebih jelas, lebih terpercaya, dan lebih meyakinkan di mata konsumen. Informan mengaku terdapat peningkatan kepercayaan pelanggan dan tambahan pembeli baru setelah memperoleh sertifikasi halal, meskipun peningkatan penjualan belum terlalu besar. Menurutnya, sertifikasi halal membantu usaha kecil yang dijalankan terasa lebih siap bersaing di tengah banyaknya produk makanan rumahan serupa.

Tabel 4.2

Ringkasan Hasil Wawancara Pelaku UMKM

Pelaku Usaha	Hasil Wawancara
M. Rifan Ansari	Sertifikasi halal membantu meningkatkan keyakinan dan kepercayaan konsumen, terutama pembeli baru yang belum mengenal produk secara langsung. Keberadaan logo halal membuat produk lebih meyakinkan sehingga membantu

	menarik pelanggan baru. Informan juga merasakan adanya peningkatan penjualan setelah memperoleh sertifikasi halal, sehingga menjadi nilai tambah yang mendukung daya saing usaha di tengah persaingan produk sejenis.
Mirawati Dewi	Sertifikasi halal membantu meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya pembeli baru dan pembeli daring yang belum mengenal produk secara langsung. Keberadaan logo halal membuat produk lebih meyakinkan dan membantu menarik pelanggan baru. Informan merasakan perkembangan usaha dan peningkatan penjualan setelah memperoleh sertifikasi halal sehingga mendukung peningkatan daya saing usaha.
Lidya Astuti	Sertifikasi halal membantu meningkatkan keyakinan konsumen, terutama pelanggan baru yang belum mengenal produk secara langsung. Keberadaan logo halal membuat produk lebih meyakinkan dan menjadi nilai tambah bagi usaha. Meskipun peningkatan penjualan tidak terlalu signifikan, sertifikasi halal membantu usaha lebih siap bersaing di tengah banyaknya usaha makanan sejenis.
Faridah	Sertifikasi halal membantu meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuat usaha terlihat lebih meyakinkan, terutama bagi pembeli baru. Keberadaan logo halal menjadi nilai tambah yang membantu usaha lebih

	dipercaya dan lebih kompetitif dibanding produk sejenis, meskipun keputusan pembelian tetap dipengaruhi oleh rasa dan harga.
Mahrita Sari	Sertifikasi halal memberikan nilai tambah bagi usaha serta membantu meningkatkan keyakinan konsumen, khususnya pelanggan baru. Keberadaan logo halal membuat produk lebih meyakinkan, membantu menarik pelanggan baru, serta meningkatkan daya tarik produk di tengah persaingan usaha minuman sejenis.
Ira Puspita Sari	Sertifikasi halal membantu meningkatkan keyakinan konsumen, terutama pelanggan baru yang belum mengenal usaha secara langsung. Keberadaan logo halal membuat usaha terlihat lebih jelas, terpercaya, dan lebih meyakinkan. Meskipun belum memberikan peningkatan penjualan yang signifikan, sertifikasi halal membantu meningkatkan daya saing usaha, terutama saat mengikuti kegiatan bazar dan penjualan di tempat ramai.
Olyvia Andreas	Sertifikasi halal memberikan pengaruh yang cukup besar dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama karena mayoritas konsumen merupakan masyarakat muslim. Keberadaan logo halal membantu meyakinkan pembeli baru, meningkatkan penjualan, serta membuat produk lebih mudah diterima di pasar sehingga memperkuat daya saing usaha.

Zulian Suchirnanda	Sertifikasi halal membantu membangun kepercayaan konsumen, terutama ketika produk dipasarkan melalui media sosial dan belum dikenal secara langsung oleh pembeli. Keberadaan logo halal membuat usaha terlihat lebih profesional dan meyakinkan, sehingga membantu menarik pelanggan baru dan meningkatkan daya saing usaha.
Misnah	Sertifikasi halal memberikan nilai tambah bagi usaha serta membantu meningkatkan keyakinan konsumen, terutama pembeli baru yang belum mengenal produk secara langsung. Keberadaan logo halal membuat produk lebih terpercaya dan meyakinkan, membantu menarik pelanggan baru, serta meningkatkan daya saing usaha di tengah banyaknya produk makanan rumahan sejenis.

Sumber: Data di olah (2026)

B. Pembahasan

1. Analisis Sertifikasi Halal Program *Self Declare* dalam Menumbuhkan Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen merupakan salah satu hal penting dalam usaha makanan dan minuman karena berkaitan dengan keyakinan konsumen terhadap produk yang dibeli. Menurut Mayer, Davis, dan Schoorman (1995), kepercayaan konsumen terdiri dari tiga komponen yaitu *ability* (kemampuan), *integrity* (kejujuran), dan *benevolence* (kepedulian).

Selain itu, Ramadania menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen juga dapat dilihat melalui reputasi produk serta keamanan dan kenyamanan produk. Berdasarkan teori tersebut, pembahasan mengenai sertifikasi halal program *self declare* dalam menumbuhkan kepercayaan konsumen pada UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Banjarmasin dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. *Ability* (kemampuan)

Sebelum memperoleh sertifikasi halal program *self declare*, sebagian konsumen cenderung lebih berhati-hati ketika membeli makanan dan minuman pada usaha yang belum dikenal karena belum adanya jaminan halal yang jelas. Konsumen biasanya mencari informasi tambahan melalui rekomendasi, pengalaman sebelumnya, maupun dengan melihat kondisi tempat usaha sebelum memutuskan membeli produk.

Setelah pelaku UMKM memperoleh sertifikasi halal, konsumen merasa lebih yakin terhadap produk yang dijual. Keberadaan logo halal membantu memberikan keyakinan bahwa produk memiliki kejelasan terkait bahan dan proses pengolahannya. Kondisi ini terlihat terutama pada konsumen yang membeli pada tempat baru maupun online. Selain itu, pelaku UMKM juga menyampaikan bahwa pelanggan baru terlihat lebih mudah percaya setelah usaha memiliki sertifikasi halal.

Menurut Mayer, Davis, dan Schoorman, *ability* (kemampuan) merupakan kemampuan pelaku usaha dalam menyediakan produk

sesuai harapan konsumen, seperti menjaga kualitas, kebersihan, keamanan, dan konsistensi produk (Maulidiyahwati, 2023). Berdasarkan paparan di atas, kemampuan pelaku UMKM dalam membangun kepercayaan konsumen telah sejalan dengan teori karena sertifikasi halal membantu meningkatkan keyakinan konsumen terhadap kualitas, keamanan, dan kejelasan produk yang dijual.

b. *Integrity* (kejujuran)

Sebelum memperoleh sertifikasi halal program *self declare*, sebagian konsumen masih merasa ragu ketika membeli produk pada usaha yang belum dikenal karena belum adanya kepastian yang jelas mengenai kehalalan produk yang dijual. Keraguan tersebut umumnya muncul ketika konsumen membeli pada tempat baru, menemukan produk melalui media sosial, maupun ketika belum mengetahui bahan dan proses pengolahan produk secara langsung.

Setelah pelaku UMKM memperoleh sertifikasi halal, keraguan konsumen mulai berkurang karena keberadaan logo halal memberikan kepastian dan kejelasan mengenai produk yang dijual. Logo halal tidak hanya dipandang sebagai tanda kehalalan produk, tetapi juga sebagai bentuk keterbukaan pelaku usaha kepada konsumen. Kondisi ini terlihat pada usaha yang melayani mayoritas konsumen muslim, termasuk usaha milik nonmuslim, dimana sertifikasi halal membantu meningkatkan keyakinan dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan

Menurut Mayer, Davis, dan Schoorman, *integrity* (kejujuran) merupakan sikap pelaku usaha yang jujur, terbuka, dan bertanggung jawab dalam menjalankan usahanya (Maulidiyahwati, 2017). Berdasarkan paparan di atas, integritas pelaku UMKM telah sejalan dengan teori karena sertifikasi halal membantu menunjukkan komitmen pelaku usaha dalam memberikan kepastian dan kejelasan informasi kepada konsumen sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap produk makanan dan minuman yang dijual.

c. *Benevolence* (kepedulian)

Sebelum memperoleh sertifikasi halal program *self declare*, sebagian konsumen masih merasa kurang yakin ketika membeli makanan dan minuman pada usaha yang belum dikenal, terutama saat membeli untuk keluarga atau ketika berada di tempat yang belum pernah dikunjungi sebelumnya. Dalam kondisi tersebut, konsumen sering kali membutuhkan informasi tambahan untuk memastikan produk yang dibeli sesuai dengan kebutuhan dan keyakinan mereka.

Setelah pelaku UMKM memperoleh sertifikasi halal, konsumen merasa kebutuhan mereka terhadap produk yang aman dan sesuai syariat lebih diperhatikan. Keberadaan logo halal membantu memberikan rasa tenang dan nyaman ketika membeli maupun mengonsumsi produk makanan dan minuman. Bagi sebagian konsumen, sertifikasi halal tidak hanya menunjukkan kehalalan produk, tetapi juga mencerminkan

perhatian pelaku usaha terhadap kebutuhan konsumen muslim dalam memperoleh produk yang jelas dan dapat dipercaya.

Menurut Mayer, Davis, dan Schoorman, *benevolence* (kepedulian) merupakan perhatian pelaku usaha terhadap kebutuhan, kenyamanan, dan kepentingan konsumen (Maulidiyahwati, 2017). Berdasarkan paparan di atas, kepedulian pelaku UMKM telah sejalan dengan teori karena sertifikasi halal menunjukkan upaya pelaku usaha dalam memberikan rasa aman, nyaman, dan tenang kepada konsumen sehingga membantu meningkatkan kepercayaan terhadap produk makanan dan minuman yang dijual.

d. Reputasi Produk

Sebelum memperoleh sertifikasi halal program *self declare*, sebagian produk UMKM lebih dikenal berdasarkan rasa, pengalaman membeli, maupun rekomendasi dari pelanggan sebelumnya. Namun bagi konsumen yang belum mengenal produk, terutama pada usaha yang baru dicoba atau dipasarkan melalui media sosial, masih terdapat keraguan untuk membeli karena belum adanya jaminan halal yang terlihat secara jelas.

Setelah memperoleh sertifikasi halal, penilaian konsumen terhadap produk menjadi lebih baik. Keberadaan logo halal membantu meningkatkan kepercayaan konsumen karena produk dipandang lebih terpercaya dan memiliki kejelasan yang lebih baik dibanding sebelumnya. Selain itu, beberapa pelaku UMKM juga menyampaikan

bahwa produk menjadi lebih mudah diterima oleh konsumen, terutama pembeli baru yang belum mengetahui secara langsung kualitas maupun proses pengolahan produk yang dijual.

Menurut Ramadania, reputasi produk merupakan gambaran atau penilaian konsumen terhadap suatu produk yang dapat memengaruhi keyakinan konsumen terhadap kualitas dan keandalan produk tersebut (Pahlevi, 2014). Berdasarkan paparan di atas, reputasi produk UMKM telah sejalan dengan teori karena sertifikasi halal membantu membangun citra positif produk melalui keberadaan logo halal sehingga meningkatkan kepercayaan dan penerimaan konsumen terhadap produk makanan dan minuman yang dijual.

e. Keamanan dan Kenyamanan Produk

Sebelum memperoleh sertifikasi halal program *self declare*, sebagian konsumen masih merasa ragu ketika membeli makanan dan minuman pada usaha yang belum dikenal karena belum adanya jaminan halal yang jelas. Kondisi tersebut membuat konsumen lebih berhati-hati, terutama ketika mencoba tempat makan baru, membeli produk melalui media sosial, maupun saat membeli makanan untuk keluarga.

Setelah pelaku UMKM memperoleh sertifikasi halal, konsumen merasa lebih aman dan nyaman dalam membeli maupun mengonsumsi produk yang dijual. Keberadaan logo halal membantu memberikan keyakinan bahwa produk telah melalui proses yang sesuai sehingga mengurangi keraguan konsumen saat memilih makanan dan minuman.

Selain itu, beberapa pelaku UMKM juga menyampaikan bahwa pelanggan baru terlihat lebih yakin setelah usaha memiliki sertifikasi halal karena produk dianggap memiliki kejelasan yang lebih baik dibanding sebelumnya.

Menurut Ramadania, keamanan dan kenyamanan produk merupakan keyakinan konsumen bahwa produk aman digunakan atau dikonsumsi serta sesuai dengan harapan konsumen (Pahlevi, 2014). Berdasarkan paparan di atas, keamanan dan kenyamanan produk telah sejalan dengan teori karena sertifikasi halal membantu meningkatkan rasa aman dan nyaman konsumen melalui keberadaan logo halal yang memberikan keyakinan tambahan terhadap produk makanan dan minuman yang dikonsumsi.

Meskipun sebagian besar konsumen menyatakan bahwa sertifikasi halal membantu meningkatkan keyakinan dan kepercayaan terhadap produk, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa tidak semua konsumen selalu menjadikan logo halal sebagai pertimbangan utama dalam setiap pembelian. Beberapa informan mengungkapkan bahwa perhatian terhadap logo halal bergantung pada situasi pembelian. Pada makanan yang secara umum telah dikenal halal oleh masyarakat, seperti olahan ayam, nasi, maupun makanan rumahan, konsumen cenderung telah memiliki keyakinan awal terhadap produk sehingga keberadaan logo halal tidak selalu menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian.

Kondisi tersebut dapat dipengaruhi oleh karakteristik masyarakat Kota Banjarmasin yang mayoritas beragama Islam. Lingkungan sosial dan budaya yang didominasi oleh masyarakat muslim membentuk persepsi bahwa sebagian besar makanan yang dijual telah sesuai dengan ketentuan halal. Akibatnya, kepercayaan konsumen tidak hanya dibangun melalui sertifikasi halal, tetapi juga melalui kebiasaan sosial, pengalaman sebelumnya, serta keyakinan yang berkembang di lingkungan masyarakat. Namun demikian, ketika konsumen membeli pada usaha yang belum dikenal, mencoba produk baru, atau belum mengetahui secara jelas bahan dan proses pengolahan produk, keberadaan sertifikasi halal kembali menjadi faktor penting yang membantu meningkatkan keyakinan dan mengurangi keraguan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis, sertifikasi halal program *self declare* dalam menumbuhkan kepercayaan konsumen pada UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Banjarmasin telah sejalan dengan teori Mayer, Davis, dan Schoorman serta teori Ramadania. Kepercayaan konsumen terlihat dari meningkatnya keyakinan terhadap kualitas, keamanan, dan kejelasan produk setelah pelaku UMKM memperoleh sertifikasi halal. Keberadaan logo halal membantu mengurangi keraguan konsumen, terutama ketika membeli pada usaha yang belum dikenal, mencoba tempat makan baru, maupun membeli produk yang dipasarkan melalui media sosial.

Sertifikasi halal juga memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen dalam mengonsumsi produk makanan dan minuman, termasuk

ketika membeli untuk keluarga maupun pada usaha milik nonmuslim. Temuan ini diperkuat oleh pelaku UMKM yang melihat bahwa pelanggan, khususnya pembeli baru, menjadi lebih yakin setelah usaha memiliki sertifikasi halal. Dengan demikian, sertifikasi halal program *self declare* membantu menumbuhkan kepercayaan konsumen melalui meningkatnya keyakinan, rasa aman, serta berkurangnya keraguan terhadap produk yang dikonsumsi.

2. Analisis Sertifikasi Halal Program *Self Declare* terhadap Daya Saing UMKM

Daya saing UMKM merupakan kemampuan usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan keunggulan di tengah persaingan. Dalam penelitian ini, daya saing UMKM dianalisis menggunakan teori *Resource Based View* (RBV) dan teori Michael Porter. Teori RBV digunakan untuk melihat kemampuan usaha dan nilai tambah produk, sedangkan teori Michael Porter digunakan untuk melihat diferensiasi produk dan keunggulan bersaing yang dimiliki UMKM setelah memperoleh sertifikasi halal program *self declare*. Berdasarkan teori tersebut, analisis daya saing UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Banjarmasin dapat dijelaskan sebagai berikut.

a. Kemampuan Usaha

Sebelum memperoleh sertifikasi halal program *self declare*, sebagian pelaku UMKM menjalankan usaha dengan mengandalkan pelanggan tetap, rekomendasi dari mulut ke mulut, serta penjualan

langsung di sekitar lokasi usaha. Setelah memperoleh sertifikasi halal, beberapa pelaku usaha mulai memanfaatkan sertifikasi halal sebagai bagian dari pengembangan usaha, baik dalam memperkenalkan produk maupun memperluas pemasaran kepada konsumen yang lebih luas.

Kondisi tersebut terlihat pada beberapa UMKM yang mulai memasarkan produknya melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok Shop. Keberadaan logo halal membantu pelaku usaha dalam menawarkan produk karena memberikan keyakinan tambahan kepada calon pembeli, terutama pelanggan baru yang belum mengenal produk secara langsung. Selain itu, sertifikasi halal juga membuat pelaku usaha lebih percaya diri dalam mengembangkan dan memasarkan produknya.

Menurut teori *Resource Based View* (RBV), kemampuan usaha merupakan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan usaha melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki (Mohamad & Niode, 2020). Berdasarkan paparan di atas, kemampuan usaha telah sejalan dengan teori karena sertifikasi halal membantu pelaku UMKM mengembangkan pemasaran, meningkatkan pengelolaan usaha, serta memanfaatkan sertifikasi halal sebagai sumber daya yang mendukung perkembangan usaha.

b. Nilai Tambah Produk

Sebelum memperoleh sertifikasi halal program *self declare*, produk UMKM umumnya dipilih konsumen berdasarkan rasa, harga, maupun rekomendasi dari pelanggan sebelumnya. Namun setelah memperoleh

sertifikasi halal, produk memiliki nilai tambah karena adanya logo halal yang memberikan keyakinan lebih kepada konsumen terhadap produk yang dijual.

Keberadaan logo halal membuat produk terlihat lebih meyakinkan dan lebih mudah diterima oleh konsumen, terutama pada usaha yang baru dikenal maupun produk yang dipasarkan melalui media sosial. Beberapa pelaku UMKM juga menyampaikan bahwa sertifikasi halal menjadi nilai lebih bagi produk karena membantu meningkatkan kepercayaan konsumen serta memberikan daya tarik tambahan dibanding sebelumnya.

Menurut teori *Resource Based View* (RBV), nilai tambah produk merupakan kemampuan usaha dalam menciptakan nilai lebih yang dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk (Mohamad & Niode, 2020). Berdasarkan paparan di atas, nilai tambah produk telah sejalan dengan teori karena sertifikasi halal memberikan nilai lebih melalui keberadaan logo halal yang membantu meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya tarik produk makanan dan minuman yang dijual.

c. Diferensiasi Produk (*Porter*)

Sebelum memperoleh sertifikasi halal program *self declare*, sebagian produk UMKM bersaing dengan produk sejenis yang memiliki karakteristik dan kualitas yang relatif sama. Dalam kondisi tersebut, konsumen umumnya memilih produk berdasarkan rasa, harga, maupun rekomendasi dari pelanggan sebelumnya.

Setelah memperoleh sertifikasi halal, produk UMKM memiliki pembeda tambahan melalui keberadaan logo halal pada kemasan maupun tempat usaha. Logo halal menjadi salah satu atribut yang membantu membedakan produk dari usaha sejenis yang belum memiliki sertifikasi halal. Selain itu, beberapa pelaku usaha menyampaikan bahwa sertifikasi halal membuat produk lebih mudah diterima oleh konsumen, terutama konsumen muslim yang mengutamakan kejelasan halal sebelum membeli produk makanan dan minuman.

Menurut Michael Porter, diferensiasi produk merupakan kemampuan usaha dalam menciptakan keunikan atau ciri khas yang membedakan produk dari pesaing (Diamond & Michael, 2020). Berdasarkan paparan di atas, diferensiasi produk telah sejalan dengan teori karena sertifikasi halal memberikan pembeda melalui keberadaan logo halal yang menjadi nilai khusus bagi produk sehingga membantu meningkatkan daya tarik dan penerimaan konsumen terhadap produk yang dijual.

d. Keunggulan Bersaing (*Porter*)

Sebelum memperoleh sertifikasi halal program *self declare*, sebagian UMKM bersaing dengan usaha sejenis yang menawarkan produk serupa. Dalam kondisi tersebut, keputusan konsumen umumnya dipengaruhi oleh faktor rasa, harga, lokasi usaha, maupun rekomendasi dari pelanggan sebelumnya.

Setelah memperoleh sertifikasi halal, beberapa pelaku UMKM merasakan bahwa produk menjadi lebih mudah diterima dan lebih dipercaya oleh konsumen. Keberadaan logo halal membantu meningkatkan keyakinan pembeli, terutama pelanggan baru yang belum mengenal produk secara langsung. Selain itu, sebagian pelaku usaha juga mengaku terdapat peningkatan pelanggan maupun penjualan setelah memperoleh sertifikasi halal, meskipun tingkat peningkatannya berbeda pada setiap usaha.

Menurut Michael Porter, keunggulan bersaing merupakan kemampuan usaha dalam memperoleh posisi yang lebih unggul dibandingkan pesaing melalui kualitas produk, nilai tambah, dan kepercayaan konsumen (Diamond & Michael, 2020). Berdasarkan paparan di atas, keunggulan bersaing telah sejalan dengan teori karena sertifikasi halal membantu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas penerimaan pasar, serta memberikan nilai lebih yang mendukung posisi UMKM dalam menghadapi persaingan usaha