

Prodi Ekonomi  
Syariah

## Ekobis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah

Journal homepage: <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/ekobis>Volume 8, No. 2  
Juli - Desember 2024  
Halaman: 59-68

# DINAMIKA SERTIFIKASI HALAL MELALUI SKEMA SELF DECLARE PADA UMKM DI ACEH: TANTANGAN, PELUANG, DAN STRATEGI AKSELERASI DAYA SAING USAHA

**Evriyenni, Putri Gebrina**

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Indonesia

**INFO ARTIKEL****Riwayat Artikel:**

Submit: 29 Agustus 2024

Revisi: 07 November 2024

Diterima: 11 November 2024

**Kata Kunci:**

Halal, Self declare, Akselerasi, UMKM

**ABSTRACT**

Currently, the number of MSMEs in Aceh is very high with all types of businesses, but many still do not have a halal certificate which is one of the business legalities that must be met. One form of halal certification is with a self-declare scheme, this halal certification model has received various responses from MSMEs in Aceh. This study aims to: (1) Describe the dynamics of halal certification through a self-declare scheme in Micro, Small and Medium Enterprises in Aceh. (2) Identify challenges and opportunities in accelerating the competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises in Aceh. (3) Determine the strategy of business actors in accelerating the competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises in Aceh. This type of research is descriptive qualitative with data collection techniques through secondary data, namely interviews with research informants in 4 (four) regions in Aceh. Research informants include MSMEs, the Aceh Cooperative and MSME Service, Halal Process Companions (PPH), the Islamic Bima Section at the Ministry of Religion and the Ulema Consultative Assembly (MPU). The results of the study show that MSME actors are enthusiastic about managing halal certification as one of the fulfillments of business legality. The existing challenge is the lack of understanding of MSME actors regarding the use of business materials that are included in the positive list in the Self declare scheme. For this reason, hard work and efforts are needed by related parties to increase awareness of business actors regarding halal certification so that there is an acceleration of the competitiveness of MSME actors' businesses.

**ABSTRAK**

Saat ini, jumlah pelaku UMKM di Aceh sangat tinggi dengan segala bentuk jenis usahanya, namun masih banyak yang belum memiliki sertifikat halal yang merupakan salah satu legalitas usaha yang harus dipenuhi. Salah satu bentuk sertifikasi halal adalah dengan skema *self declare*, model sertifikasi halal ini ditanggapi beragam oleh pelaku UMKM di Aceh. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menguraikan dinamika sertifikasi halal melalui skema *self declare* pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Aceh. (2) Mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam akselerasi daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Aceh. (3) Menetapkan strategi pelaku usaha dalam akselerasi daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Aceh. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui data sekunder yaitu wawancara dengan informan penelitian pada 4 (empat) wilayah di Aceh. Informan penelitian meliputi pelaku UMKM, Dinas Koperasi dan UMKM Aceh, Pendamping Proses Halal (PPH), Seksi Bima Islam pada Kementerian Agama serta Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM antusias dengan pengurusan sertifikasi halal sebagai salah satu pemenuhan legalitas usaha. Tantangan yang ada yaitu kurangnya pemahaman pelaku UMKM terkait penggunaan bahan-bahan usaha yang masuk kedalam positive list dalam skema *Self declare*. Untuk itu, perlu kerja keras dan upaya pihak-pihak terkait dalam meningkatkan kesadaran pelaku usaha akan sertifikasi halal sehingga tercipta akselerasi daya saing usaha para pelaku UMKM.

**Cara Mengutip:**

Evriyenni & Putri Geubrina. (2024). Dinamika Sertifikasi Halal Melalui Skema *Self Declare* Pada UMKM di Aceh: Tantangan, Peluang, dan Strategi Akselerasi Daya Saing Usaha, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 8(2), 59-68.

**1. PENDAHULUAN**

Daya saing merupakan salah satu indikator iklim ekonomi suatu daerah guna mewujudkan Pembangunan Berkelanjutan

\* Corresponding author: Evriyenni  
E-mail address: [evri.yenni@gmail.com](mailto:evri.yenni@gmail.com)

(*Sustainable Development*). Artinya, daerah dengan tingkat daya saing tinggi akan semakin kondusif iklim perekonomian daerah tersebut sehingga dapat mendorong tujuan pembangunan berkelanjutan yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan laporan "Institute for Management Development (IMD) World Competitive Year Book Tahun 2022", saat ini daya saing di Indonesia berada pada posisi ke 44, yang artinya turun dari tahun 2021 pada posisi ke 37. Penurunan daya saing ini menunjukkan lemahnya iklim perekonomian di Indonesia. Hal ini juga berimbas pada daerah-daerah di Indonesia termasuk Provinsi Aceh.

Berdasarkan hasil kajian *Asia Competitiveness Institute (ACI)* tahun 2020, tingkat daya saing Aceh berada pada urutan ke 26 dari 33 Provinsi di Indonesia. Seperti diketahui Aceh merupakan satu-satunya daerah berbasis syariah Islam, sehingga setiap aktivitas ekonomi termasuk pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga harus mengacu pada syariah Islam. Hal ini tentu menjadi tantangan khusus bagi Pemerintah Aceh yang saat ini giat mengembangkan prospek industry halal atau Halal Economic Powerhouse sebagai usulan Gubernur Aceh sebagai program prioritas dalam Implementation Blue Print (IB) Bersama Indonesia *Malaysia Thailand-Growth Triangle (IMT-GT)* untuk periode 2022-2026. Untuk terlepas dari kondisi negaran maupun daerah yang memiliki pendapatan menengah (*middle income trap*), Indonesia khususnya Aceh harus bertransformasi menjadi daerah yang dilandasi oleh sektor bernilai tambah yang tinggi.

Permasalahan terkait perkembangan UMKM umumnya terjadi karena daya beli menurun dan daya saing rendah, serta tidak adanya sertifikasi usaha (P-IRT, Halal, BPOM). Observasi awal peneliti menunjukkan masih kurangnya jumlah pelaku UMKM yang memiliki sertifikasi halal. Data yang diperoleh dari Kepala Perwakilan Bank Indonesia Aceh mencatat 5.491 UMKM yang telah melakukan pengajuan sertifikasi halal produk UMKM selama semester 1-2023. Jumlah ini masih sangat sedikit jika dibandingkan dengan jumlah UMKM yang ada di Aceh yaitu sebanyak 74.810 UMKM atau hanya sebesar 7,34%. Hal ini berdampak pada minat konsumen muslim dalam membeli produk-produk makanan dan minuman UMKM di Aceh. Perolehan sertifikasi halal melalui skema *Self declare* masih mengalami kendala, hal ini dikarenakan pelaku UMKM tidak memahami keseluruhan bahan produk yang masuk kedalam Halal Positive List of Materials (*non critical materials*). Oleh karena itu, labelisasi halal tidak sepenuhnya terkait perizinan, namun lebih fundamental kepada perintah Allah terhadap kepatuhan syariah Islam. Hal ini membuka celah bagi pelaku UMKM untuk memahami tantangan yang dihadapi, sehingga memiliki peluang untuk bersaing dalam industry halal dengan menerapkan strategi sesuai ajaran Islam. Disinilah peran penting pihak-pihak terkait sertifikasi halal, agar perwujudan industry halal di Aceh dapat terwujud secara kafah.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguraikan dinamika sertifikasi halal melalui skema *self declare* pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Aceh. Kemudian untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam akselerasi daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Aceh. Selanjutnya untuk menetapkan strategi pelaku usaha dalam akselerasi daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Aceh.

---

## 2. TINJAUAN TEORITIS

### Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha mikro berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 Pasal (1) merupakan suatu usaha produktif yang dimiliki oleh individu maupun badan usaha yang memenuhi kriteria Usaha Mikro. Selanjutnya Pasal (2) menyebutkan bahwa Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri oleh individu maupun suatu badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam UU No. 20 tahun 2008.

Selanjutnya yang dimaksud dengan usaha menengah menurut Pasal 3 adalah suatu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) "Definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja, dimana usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang". Kriteria lain disebutkan pada Keputusan Menteri Keuangan Nomor. 316/KMK.016/1994 bahwa "Usaha Kecil sebagai perorangan/badan usaha yang telah melakukan kegiatan /usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-tingginya Rp. 600.000.000 atau asset (aktiva) setinggi-tingginya Rp.600.000.000 (diluar tanah dan bangunan yang ditempati)".

## Lingkup Sertifikasi Halal

Halal berasal dari kata Arab yaitu “halla, hillan, yahillu, dan wahalalan yang bermakna diperbolehkan atau dibolehkan oleh hukum Syariah Islam”. Dengan makna tersebut, menurut Nasution (2020) “Maka industri halal mempunyai konsep produksi hasil industri yang harus sesuai dengan hukum syariah (dibolehkan dalam Islam). Berdasarkan konsep syariah, apapun yang dikonsumsi oleh muslim, baik makanan maupun non makanan harus berasal dari sumber yang halal”.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 2 menyebutkan bahwa “Produk Halal adalah Produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam”. Proses Produk Halal (PPH) menurut Pasal 3 yaitu “Rangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan Produk mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian Produk”. Sedangkan Jaminan Produk Halal (JPH) menurut Pasal 5 adalah “kepastian hukum terhadap kehalalan suatu Produk yang dibuktikan dengan Sertifikat Halal”.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJH) menurut Pasal 5 merupakan “Badan yang dibentuk oleh Pemerintah untuk menyelenggarakan JPH”. Selanjutnya yang dimaksud dengan sertifikat halal pada Pasal 10 adalah “Pengakuan kehalalan suatu Produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI”. Sehingga, fatwa halal yang dikeluarkan oleh MUI sudah seharusnya ditaati dan dipatuhi oleh setiap elemen Pemerintah dan Komunitas Muslim (Faridah, 2019).

Menurut Istiana dan Dewi (2022) “*Self declare* adalah pernyataan status halal produk UMK secara mandiri. Pelaku usaha dapat melakukan *self declare* jika telah memenuhi syarat tertentu, yakni harus ada pendampingan oleh pendamping proses produk halal (PPH) yang terdaftar”. Sebagaimana tercantum pada Undang-Undang Cipta Tenaga Kerja Pasal 48 terkait halal *self declare*, menyebutkan bahwa “adanya kewajiban sertifikasi halal khusus pelaku UMK didasari oleh deklarasi mandiri pelaku UMK tersebut dengan mengacu pada standar halal dari (Badan Penjaminan Produk Halal) BPJPH”.

Lebih detail, halal *self declare* juga terdapat pada Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal pada Pasal 79 Ayat (4) menyebutkan “Standar halal harus terdiri dari adanya pernyataan pelaku usaha yang berupa akad/ikrar berisi kehalalan produk dan bahan yang digunakan, serta adanya pendampingan PPH”.

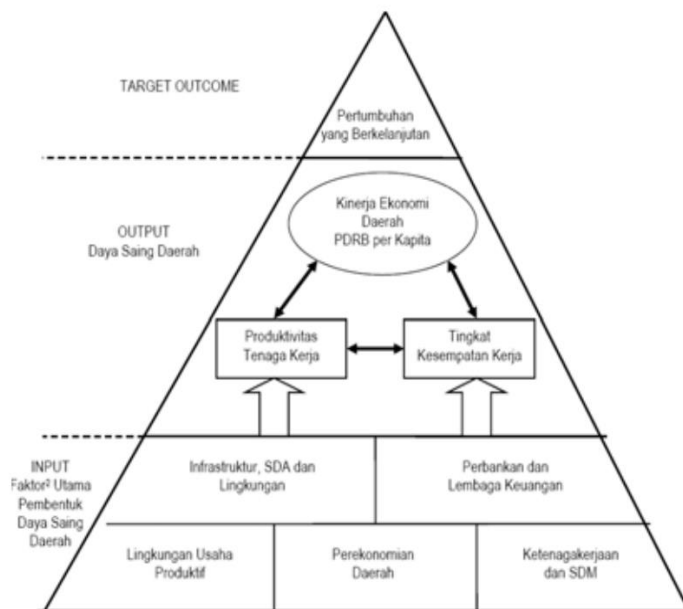
## Daya Saing Usaha

Daya saing merupakan salah satu isu utama dalam pembangunan suatu daerah. Menurut Porter (2000), “konsep daya saing umumnya mengaitkan dengan kemampuan suatu usaha, kota, daerah, wilayah atau Negara dalam mempertahankan atau meningkatkan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan, dengan indikator harga bersaing, kualitas produk, keunggulan produk dan biaya”.

Konsep daya saing berdasarkan European Commission (1999) dalam Gardiner (2003) yaitu “Kemampuan untuk memproduksi barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan pasar internasional, diiringi oleh kemampuan mempertahankan pendapatan yang tinggi dan berkelanjutan, lebih umumnya adalah kemampuan wilayah untuk menciptakan pendapatan dan kesempatan kerja yang relatif tinggi yang terlihat pada daya saing eksternal”.

Gardiner, Martin dan Tyler (2004) “menciptakan suatu model piramida terkait daya saing daerah yang mencakup faktor input, output dan outcome”. Konsep tersebut selanjutnya digunakan oleh PPSK Bank Indonesia – LP3E FE UNPAD (2008) dalam memetakan daya saing ekonomi daerah Kabupaten/Kota. Konsep tersebut merumuskan 5 (lima) indikator utama pembentuk daya saing utama (input) yaitu: “lingkungan usaha produktif; perekonomian daerah; ketenagakerjaan dan sumber daya manusia; infrastruktur, sumber daya alam dan lingkungan; serta perbankan dan lembaga keuangan. Selanjutnya factor kinerja perekonomian (output) meliputi: produktivitas tenaga kerja; tingkat kesempatan kerja; dan PDRB per kapita. Sedangkan factor outcome meliputi pertumbuhan yang berkelanjutan”. Konsep piramida tersebut dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.

**Gambar 1 Piramida Daya Saing Daerah**

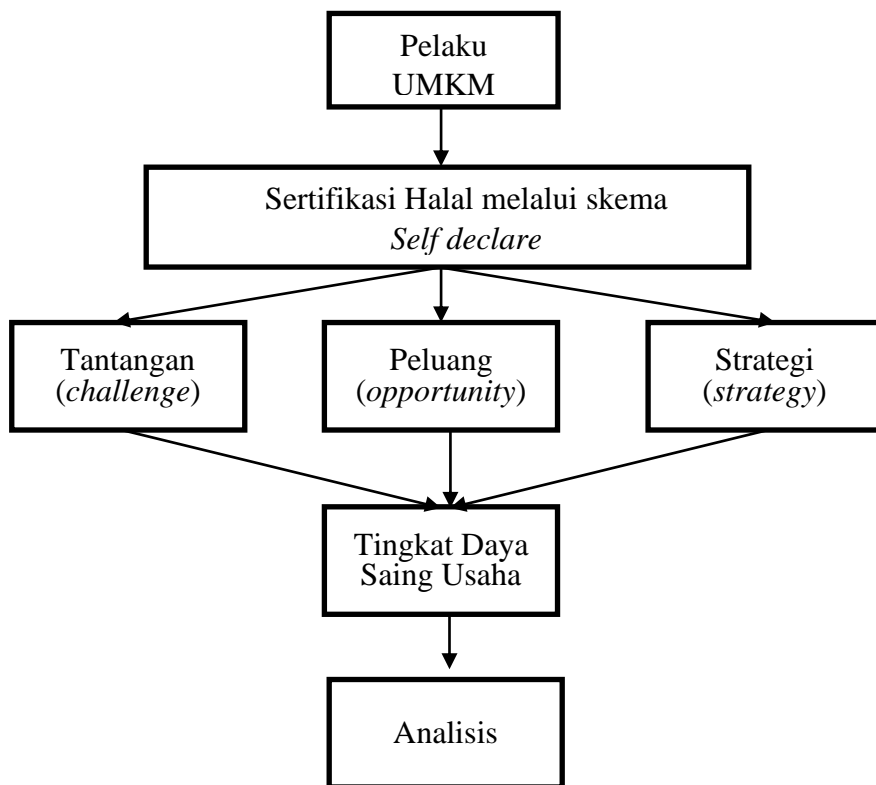


Sumber: PPSK Bank Indonesia – LP3E FE Unpad (2008)

**Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan landasan teori dan kajian penelitian terdahulu, maka penelitian dinamika sertifikasi halal melalui skema *self declare* pada UMKM di Aceh: tantangan, peluang dan strategi dalam akselerasi daya saing usaha dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian



### 3. METODE PENELITIAN

Ditinjau dari jenis data penelitian, maka penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif pada penelitian ini dimaksud untuk memperoleh informasi terkait dinamika sertifikasi halal melalui skema *self declare* pada pelaku UMKM di Aceh secara komprehensif. Selain itu, dengan pendekatan kualitatif diharapkan dapat mengungkapkan peluang, tantangan serta strategi akselerasi daya saing usaha di Aceh. Subjek pada penelitian ini meliputi sejumlah responden yang dikelompokkan pada beberapa pihak terkait yaitu; Pelaku UMKM (3 PU), Pendamping Proses Halal (PPH) (3 PPH), Dinas Koperasi dan UMKM Aceh (1 orang), Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) Aceh (1 orang), dan KEMENAG (1 orang). Pihak-pihak tersebut dianggap dapat memberikan informasi terkait sertifikasi halal serta daya saing usaha. Teknik pengumpulan data penelitian dilakukan dengan 2 cara meliputi teknik wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, teknik triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan).

### 4. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

#### Gambaran Umum UMKM Provinsi Aceh

Sebagaimana kita ketahui bahwa UMKM merupakan tulang punggung perekonomian negeri. Oleh karena itu, Pemerintah Aceh saat ini sedang mendorong berbagai upaya untuk mendorong penguatan dan modernisasi sektor Usaha Mikro Kecil Menengah, agar UMKM mampu bermetamorfosa menjadi wirausaha yang tangguh dan tahan banting. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UKM Aceh, jumlah UMKM di Aceh sebanyak 74.810 selama tahun 2022. Untuk lebih jelas melihat jumlah UMKM yang ada pada masing-masing Kabupaten/Kota di Aceh selama tahun 2022, dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 1. Data Jumlah UMKM Pada Kabupaten/Kota di Aceh Tahun 2022

No.	Kabupaten/Kota	Jumlah UMKM
1	Banda Aceh	9.591
2	Aceh Besar	4.456
3	Aceh Utara	3.660
4	Lhokseumawe	2.354
5	Bireuen	6.998
6	Nagan Raya	6.451
7	Aceh Barat	2.011
8	Aceh Tengah	2.719
9	Pidie	1.545
10	Bener Meriah	1.011
11	Sabang	2.171
12	Aceh Timur	5.891
13	Aceh Jaya	1.212
14	Langsa	3.579
15	Aceh Selatan	3.251
16	Pidie Jaya	5.579
17	Aceh Barat Daya	2.262
18	Aceh Tamiang	2.948
19	Gayo Lues	996

20	Singkil	1.474
21	Aceh Tenggara	1.245
22	Simeulue	2.088
23	Subulussalam	1.318
	<b>Total</b>	<b>74.810</b>

Sumber: Data UMKM Dinas Koperasi dan UKM Aceh 2023.  
Diakses melalui (<https://dataumkm.acehprov.go.id/index.php/umkm>).

Berdasarkan tabel diketahui bahwa jumlah UMKM pada masing-masing Kabupaten/Kota di Aceh berbeda-beda sesuai dengan karakteristik daerah tersebut seperti: luas daerah, jumlah penduduk, tingkat keuangan daerah serta faktor lainnya.

### Jumlah UMKM Yang Telah Memperoleh Sertifikasi Halal Melalui Skema Self declare

Saat ini Program Pemerintah pada Kementerian Agama sedang memprioritaskan sertifikasi halal pelaku UMKM di Indonesia. Untuk itu, Kementerian Agama bersama para pemangku kepentingan lainnya menggelar Kampanye Wajib Sertifikasi Halal 2024 di 1.000 titik se-Indonesia. Kegiatan yang diinisiasi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) ini bertujuan untuk mengingatkan bahwa sesuai amanah undang-undang, pemberlakuan kewajiban bersertifikat halal secara resmi akan dimulai pada 17 Oktober 2024.

Dengan demikian, seluruh pelaku UMKM di Indonesia dan Aceh khususnya harus memiliki sertifikat halal agar konsumen semakin yakin dan percaya akan produk yang dihasilkan. Untuk melihat jumlah UMKM yang sudah memiliki sertifikat halal di Aceh selama tahun 2022 dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 2. Data Jumlah UMKM dan Perolehan Sertifikasi Halal Pada Kabupaten/Kota di Aceh Tahun 2022**

No.	Kabupaten/Kota	Perolehan SH
1	Banda Aceh	1.271
2	Aceh Besar	1,151
3	Aceh Utara	637
4	Lhokseumawe	323
5	Bireuen	686
6	Nagan Raya	267
7	Aceh Barat	248
8	Aceh Tengah	519
9	Pidie	842
10	Bener Meriah	420
11	Sabang	132
12	Aceh Timur	395
13	Aceh Jaya	112
14	Langsa	1.121
15	Aceh Selatan	484
16	Pidie Jaya	272

17	Aceh Barat Daya	635
18	Aceh Tamiang	539
19	Gayo Lues	137
20	Singkil	93
21	Aceh Tenggara	965
22	Simeulue	636
23	Subulussalam	60
	<b>Total</b>	<b>8.405,543</b>

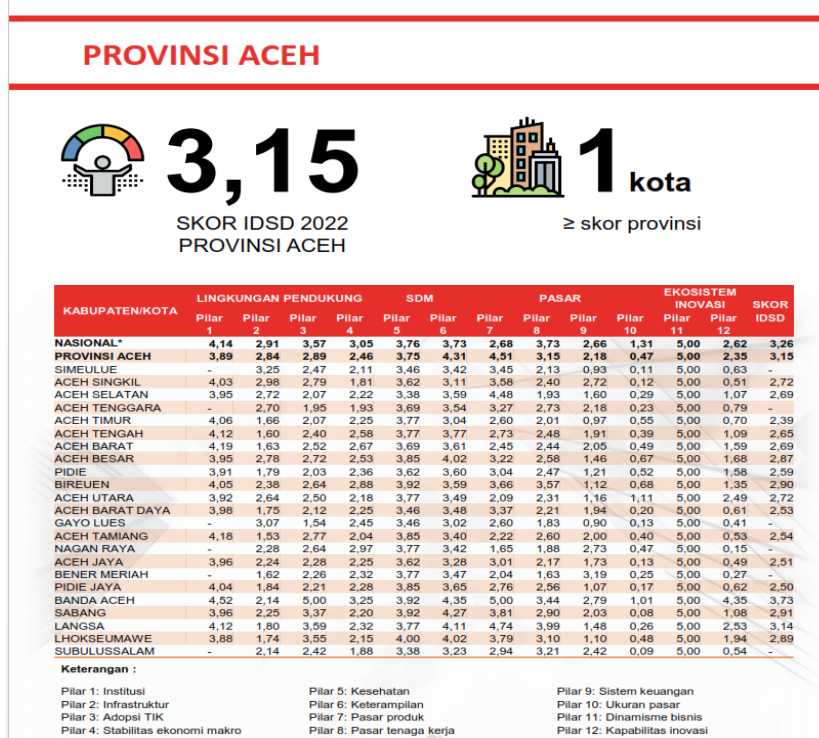
Sumber: Data UMKM Dinas Koperasi dan UKM Aceh 2023.  
Diakses melalui (<https://dataukm.acehprov.go.id/index.php/ukm>).

### Data Tingkat Daya Saing UMKM di Aceh

Berdasarkan pemetaan IDSD Tahun 2021. Indeks Daya Saing Daerah Aceh Tahun 2021 mencapai kategori tinggi yaitu 2,763, yang terdiri dari empat aspek daya saing yaitu ekosistem inovasi memperoleh indeks sebesar 2,206; faktor penguat memperoleh indeks sebesar 3,134; sumber daya manusia memperoleh indeks sebesar 3,169; dan faktor pasar 2,541. Selain itu, hasil pemetaan pilar terdiri 12 (dua belas) yaitu dinamika bisnis sebesar 2,208; kesiapan teknologi sebesar 3, kelembagaan sebesar 4,333; infrastruktur sebesar 3,5; kesehatan sebesar 3,875; pendidikan dan keterampilan sebesar 2,464; efisiensi pasar produk sebesar 2,667; ketenagakerjaan sebesar 3,167; akses keuangan sebesar 2,333; dan ukuran pasar sebesar 2.

Berdasarkan hasil pemetaan pilar dengan merujuk pemetaan aspek. Maka, dari 12 (duabelas pilar) tersebut ada satu pilar dibawah rata-rata keseluruhan indeks yaitu pilar perekonomian daerah sebesar 1,571 dan kapasitas inovasi sebesar 1,411. Selanjutnya untuk tahun 2022, skor Indeks Daya Saing Daerah Provinsi Aceh mengalami kenaikan yaitu sebesar 3,15. Rata-rata pilar dari 4 faktor juga mengalami kenaikan. Untuk lebih jelasnya skor IDSD Aceh dan 12 pilar dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 3 Data Indeks Daya Saing Daerah berdasarkan Provinsi Tahun 2022



Sumber: Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN), Indeks Daya Saing Daerah 2022.

Berdasarkan tabel diketahui bahwa tingkat IDSD pada masing Kabupaten/Kota di Aceh berbeda-beda, hal ini dikarenakan juga perbedaan karakteristik daerah itu masing-masing. Daya saing daerah merupakan kemampuan perekonomian daerah dalam mencapai pertumbuhan tingkat kesejahteraan yang tinggi dan berkelanjutan. Aceh memiliki sumber daya alam sebagai salah satu komparatif dalam meningkatkan daya saing yang telah menetapkan beberapa produk unggulan daerah agar lebih fokus dalam pengembangannya.

### **Tantangan, Peluang, dan Strategi UMKM di Aceh**

Tingkat daya saing merupakan salah satu parameter konsep pembangunan berkelanjutan, dimana semakin tinggi tingkat daya saing daerah, tingkat kesejahteraan masyarakatnya pun semakin tinggi. Menurut Ashariyadi (2016) beberapa kesulitan yang masih dihadapi oleh UMKM Indonesia dalam bersaing adalah lemahnya kegiatan branding dan promosi serta penetrasi pasar di luar negeri. Selain itu, UMKM harus beradaptasi dengan lingkungan bisnis dan mampu mengembangkan jaringan bisnis antar sesama UMKM dan pelaku usaha lainnya secara lebih luas. UMKM harus mendapatkan kemudahan akses dalam masalah pembiayaan, serta akses terhadap teknologi dan informasi. Tantangan tersebut, tentunya bukan hanya menjadi tanggung jawab UMKM saja, tetapi juga pemerintah.

Sama halnya dengan pelaku UMKM di Aceh, tantangan terus dihadapi dalam upaya pengembangan usaha seperti; terbatasnya modal usaha, kompetensi SDM dalam menjalankan UMKM, inovasi produk, legalitas usaha, ekspansi produk yang lebih luas, penggunaan dan penguasaan teknologi informasi, bahan baku yang terbatas serta tantangan lainnya. Oleh karena itu, perlu adanya kebijakan dari pemerintah, kontribusi pakar praktisi bisnis, maupun akademisi untuk memberikan daya pendorong pengembangan UMKM ataupun memberikan alternatif pemecahan masalah terkait permasalahan permodalan dan pemasaran dalam era globalisasi ini. Apabila ditelaah lebih lanjut dari sudut pandang perbankan, maka penyaluran permodalan usaha pada sektor UMKM tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor baik dari faktor perbankan maupun faktor pelaku UMKM dalam memanfaatkan peluang-peluang tersebut.

Kemudian dari sudut pandang pemasaran, dipengaruhi oleh faktor internal seperti pengetahuan Sumber Daya Manusia (SDM) UMKM terhadap pemasaran terutama pemasaran digital di era global ini, sedangkan dari faktor lain, yaitu regulasi-regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah terkait dengan pemasaran di era digital. Teknologi pun kini menjadi salah satu motor ekonomi Indonesia karena memudahkan orang untuk memulai usaha di mana pun. Industri digital juga menjadi jalan mencetak wirausahawan-wirausahawan baru. Maraknya kemunculan online *marketplace* atau situs jual beli online membuat siapa saja bisa menjadi *entrepreneur*, mulai ibu-ibu atau anak muda yang ingin menjual kue, lauk-pauk, pakaian, atau kerajinan tangan.

Berbagai barang ada di situs online. Perusahaan-perusahaan besar juga eksis berjualan di dunia maya. Jadi, industri digital adalah jalan inclusive growth karena kuatnya penetrasi internet melalui ponsel cerdas menjadikan makin banyak orang bisa berinteraksi di dunia maya, baik sebagai produsen, konsumen, maupun hanya sebagai pedagang perantara. Jika dilihat dari pemodal usaha, peluang yang dapat ditempuh pelaku UMKM adalah dengan bekerjasama dengan Perbankan. Peran pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk turut serta dalam pembangunan ekonomi nasional salah satunya adalah dengan strategi meningkatkan kerja sama pembiayaan syariah dengan UMKM, koperasi, dan BMT.

Kebijakan kerja sama yang diarahkan dengan tujuan untuk memperkuat komposisi pembiayaan kepada sektor-sektor produktif yang mendukung peningkatan kapasitas perekonomian, seperti mendorong peningkatan alokasi pembiayaan produktif dan UMKM. Berikut kebijakan yang dapat dijadikan peluang untuk UMKM mengembangkan usahanya dari segi permodalan. Sejak diberlakukannya Peraturan Bank Indonesia No.14/26/PBI/2012 tanggal 27 Desember 2012 tentang Kegiatan Usaha dan Jaringan Kantor Berdasarkan Modal Inti Bank dan diterbitkannya pedoman teknis berupa Surat Edaran Bank Indonesia No.15/8/DPBS tanggal 27 Maret 2013, salah satu syarat untuk pembukaan jaringan kantor bank harus memenuhi persyaratan berupa rasio penyaluran pembiayaan pada UMKM.

Tujuan dari penyempurnaan ketentuan ini adalah untuk meningkatkan penyaluran pembiayaan UMKM (Laporan Perkembangan Keuangan Syariah OJK, 2015). Ini merupakan peluang bagi UMKM untuk memanfaatkan kebijakan ini dalam mendapatkan modal dari perbankan. Bank dapat memperoleh insentif tambahan jumlah Pembukaan Jaringan Kantor apabila Bank menyalurkan pembiayaan kepada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) paling rendah 20 persen dan/atau Usaha Mikro dan Kecil (UMK) paling rendah 10 persen dari total portofolio pembiayaan. Ada kebutuhan bagi bank umum dan Lembaga keuangan mikro untuk memberikan pinjaman bagi UMKM untuk mencapai pengembangan ekonomi dan juga dapat sebagai sarana pemecahan masalah pengangguran.

Berdasarkan tantangan dan peluang yang ada maka diperlukan strategi agar UMKM dapat terus maju dan berkembang. Cara yang dilakukan oleh perbankan syariah untuk mempermudah penyaluran pembiayaan, antara lain melalui linkage antara bank umum dengan BPRS atau lembaga keuangan, melalui jaringan/unit mikro yang berdiri sendiri atau melekat pada kantor cabang bank, dan partisipasi dalam penyaluran KUR (Laporan Perkembangan Keuangan Syariah OJK, 2013). Seiring dengan



berlakunya UU No. 20 tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), maka pembiayaan yang disalurkan BUS dan UUS dalam bentuk pembiayaan modal kerja dan investasi untuk UMKM juga mengacu kepada definisi UMKM sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Artinya, UMKM lebih mudah dalam menjangkau perbankan.

Selain itu strategi yang dapat dilakukan UMKM adalah dengan melakukan desain dan inovasi produk. Strategi inovasi merupakan suatu cara untuk mengatasi persaingan usaha. Peningkatan kreatifitas pelaku UMKM adalah suatu keniscayaan untuk dapat bersaing di pasar global. Harus banyak inovasi-inovasi produk baru yang dihasilkan oleh UMKM yang belum pernah dipasarkan. Produk hasil ciptaan pelaku UMKM harus menarik dan memikat pasar dunia. Baik dalam bentuk kerajinan, produk kain, kuliner nusantara, kopi unggulan maupun karya kreatif lainnya.

Dengan adanya sebuah inovasi akan mengundang daya tarik konsumennya. Sesuatu yang baru adalah magnet bagi konsumen untuk membeli sebuah produk. Oleh karena itu, pelaku UMKM diharapkan kreatif dalam menghasilkan sebuah produk demi menyetarakan dengan produk global. Tentunya, persaingan global lebih sulit dibandingkan persaingan tingkat nasional. Produk global tentunya menawarkan produk yang berkualitas dan menarik perhatian konsumen. Maka, UMKM di Indonesia harus dapat berpikir untuk mengalahkan kualitas produk global, atau setidaknya kualitas produk yang dihasilkan UMKM dapat bersaing seimbang dengan produk global tersebut.

## 5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Dinamika sertifikasi halal melalui skema *self declare* pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Aceh  
Dari 4 daerah yang dijadikan objek penelitian, secara umum dapat dikatakan bahwa antusias pelaku UMKM dalam mengurus sertifikasi halal dengan skema *self declare* sangat tinggi, dikarenakan mereka sadar pentingnya mengurus sertifikasi halal sebagai salah satu upaya pemenuhan legalitas usaha mereka. Namun masih terdapat PU yang belum sepenuhnya memahami proses sertifikasi halal dengan skema *self declare* dikarenakan kurangnya pengetahuan PU terkait bahan-bahan yang masuk kedalam halal positive material yang digunakan, sehingga berakibat kurangnya minat PU mengurus sertifikasi halal dengan skema *self declare*.
2. Tantangan dan peluang dalam akselerasi daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Aceh  
Agar pelaku UMKM dapat bersaing di pasar, dibutuhkan pemahaman dan pengetahuan menyeluruh aspek usaha termasuk pemenuhan sertifikasi halal. Untuk itu, sertifikasi halal dengan skema *self declare* menjadi tantangan sendiri bagi PU agar produknya dapat diterima baik oleh konsumen. Sertifikasi halal yang dimiliki PU akan produknya juga dapat menjadi peluang untuk ekspansi yang lebih luas seperti membuka pasar diluar negeri.
3. Strategi pelaku usaha dalam akselerasi daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Aceh  
Strategi pelaku UMKM dalam akselerasi daya saing usaha adalah memenuhi legalitas usaha termasuk sertifikasi halal agar produk mereka diterima dan lebih dipercaya oleh konsumen. Beberapa tempat/pasar saat ini juga sudah memberikan ketentuan bahwa produk yang dijual hanya yang memiliki label halal. Hal inilah yang membuat pelaku usaha termotivasi untuk mengurus sertifikasi halal.

Saran yang dapat direkomendasikan berdasarkan hasil penelitian bagi pelaku UMKM harus memiliki strategi dalam usaha untuk bersaing dengan pelaku UMKM lainnya. juga harus bisa menyesuaikan diri dengan tuntutan pasar, sehingga dapat mengubah tantangan yang ada menjadi peluang. Karena UMKM yang dapat bertahan adalah UMKM yang responsive terhadap perubahan sekitar dan mampu menyesuaikan diri baik dari segi produk, sistem pemasaran dan penjualan maupun penggunaan teknologi yang mendukung bisnis. Selain itu, perlu adanya dukungan ataupun dorongan dari pemerintah dalam mewujudkan pengembangan UMKM terutama dalam pemenuhan legalitas usaha seperti penyederhanaan dalam pengurusan sertifikasi halal terutama dengan skema *self declare*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Y., Pratikto, H., Churiyah, M. & Dharmas, B., A. (2019). "Pentingnya Penyuluhan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Untuk Usaha Kecil Menengah (UKM)". *Jurnal Graha Pengabdian*. Vol. 1 (2): 139-150.
- Aminuddin, M. Z. (2016). "Sertifikasi Produk Halal: Studi Perbandingan Indonesia dan Thailand". *Shahih*. Vol. 1 (1): 27-39.
- Amir, D. F., Fahmi, A. S. R. & Hilal, F., N. (2020). "Dinamika Regulasi Sertifikasi Halal di Indonesia". *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*. Vol. X (1): 36-44.

- Arsil, P., Wicaksono, R., Hidayat, H. H. (2022). "Penerapan Sistem Jaminan Halal untuk Memenuhi Kewajiban Sertifikasi Halal dan Meningkatkan Daya Saing UMKM Olahan Duren". *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas*. Vol. 8 (1): 32-41.
- Ashariyadi. (2016). "Geliat UMKM di Era MEA. In Masyarakat Asean". [kemlu.go.id/download/L3NpdGVzL3B1c2F0L0RvY3VtZW50cy9NYWphbGFoL01hamFsYWglMjBjBNYXN5YXJha2F0JTIwQVNFQU4vTWFFqYWxhaCUyME1hc3lhcmlFrYXQIMjBBU0VBTiUyMGVkaXNpJTlwMTlucGRm](http://kemlu.go.id/download/L3NpdGVzL3B1c2F0L0RvY3VtZW50cy9NYWphbGFoL01hamFsYWglMjBjBNYXN5YXJha2F0JTIwQVNFQU4vTWFFqYWxhaCUyME1hc3lhcmlFrYXQIMjBBU0VBTiUyMGVkaXNpJTlwMTlucGRm)
- Bungin, B. (2012). "Penelitian Kualitatif". Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. (2021). "Indeks Daya Saing Investasi Kabupaten/Kota Se-Aceh Tahun 2021". [Http://dpmpts. Acehprov.go.id](http://dpmpts.acehprov.go.id).
- Faridah, H. D. (2019). "Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi". *Journal of Halal Product and Research*. Vol. 2 (2): 68-78.
- Gardiner, B., R. Martin, & P. Tyler. (2004). "Competitiveness, Productivity, and Economic Growth across the European Regions". Cambridge: University of Cambridge.
- Gardiner, B. (2003). "Regional Competitiveness Indicators for Europe – Audit, Database Construction and Analysis. Regional Studies Association International Conference. Pisa". 12-15 April.
- Hanuun, R. & Wahyuni, D. (2021). "Analisis Tingkat Kesiapan Sertifikasi Halal dan Strategi untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Makanan". <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/32245>
- Istianah, I., & Dewi, G. (2022). "Analisis Masalah Ppada Konsep Halal Self-Declare Sebelum dan Pasca Enactment Undang-Undang Cipta Kerja". *Al-Adl: Jurnal Hukum*, Vol. 14 (1), 85. <https://doi.org/10.31602/al-adl.v14i1.5870>.
- Keputusan Menteri Keuangan Nomor. 316/KMK.016/1994. "Tentang Pedoman Pembinaan Usaha Kecil Dan Koperasi Melalui Pemanfaatan Dana Dari Bagian Laba Badan Usaha Milik Negara".
- Martius, W. S., Fithri, P. & Refdi, C. W. (2021). "Pendampingan Sertifikasi Halal Produk UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing". *Warta Pengabdian Andalas*. Vol. 28 (2): 137-144.
- Moleong J. L. (2009). "Metodologi Penelitian Kualitatif", cet. 26, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Muhamad. (2020). "Tantangan Dan Peluang Penerapan Kebijakan Mandatory Sertifikasi Halal (Studi Implementasi UU No. 33 Th. 2014 dan PP No. 31 Th. 2019)". *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 2 (1): 1-26.
- Nasution, L. Z. (2020). "Penguatan Industri Halal bagi Daya Saing Wilayah: Tantangan dan Agenda Kebijakan". *Journal of Regional Economics Indonesia*. Vol. 1 (2): 33-57.
- Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 Tahun 2021. "Tentang Penyelenggaraan. Bidang Jaminan Produk Halal".
- Porter, M. E. (2000). "Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in Global Economy". *Economic Development Quarterly*. Vol. 14 (1): 5-34.
- PPSK Bank Indonesia dan LP3E FE Unpad (2008). "Profil dan Pemetaan Daya Saing Ekonomi Daerah Kabupaten/Kota di Indonesia". Jakarta: Rajawali Pers.
- Qomaro, G. W., Hammam, & Nasik, K. (2019). "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Pangan dalam Meningkatkan Perekonomian Lokal Melalui Pendampingan Sertifikasi Halal di Kecamatan Tragah Bangkalan". *Jurnal Ilmiah Pengabdhi*, Vol. 5 (2): 137-142.
- Rafianti, F., Krisna, R. & Raditro, E. (2022). "Dinamika Pendampingan Manajemen Halal Bagi Usaha Mikro dan Kecil Melalui Program *Self declare*". *Jurnal Sains Sosio Humaniora*. Vol. 6 (1): 636-643.
- Rasyid, A. (2019). "Dinamika Pelaksanaan Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Di Kota Medan, Sibolga Dan Padangsidempuan". *MIQOT*, Vol. 43 (2): 167-201.
- Rosa, Y. D., Idwar & Abdilla, M. (2022). "Peran Daya Saing Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM Kuliner Kota Padang Berbasis Pangan Halal". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*. Vol. 24 (2): 456-467.
- Santoso, E. B. (2009). "Daya Saing Kota-Kota Besar di Indonesia". Seminar Nasional Perencanaan Wilayah dan Kota ITS, Surabaya.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 "Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah".
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 "Tentang Jaminan Produk Halal".
- Wirada, F., Herizon, Putra, T, J. (2020). "Penguatan Daya Saing UKM Pada Usaha Makanan Khas Daerah Sumatera Barat". *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 4 (4): 579-587.