

## STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL DALAM EDUKASI SERTIFIKASI HALAL PADA UMKM KULINER KOTA MEDAN

Agam Arsyad, Elfi Yanti Ritonga

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Indonesia

[agam74110@gmail.com](mailto:agam74110@gmail.com), [elfiyantiritonga@uinsu.ac.id](mailto:elfiyantiritonga@uinsu.ac.id),

### Abstract

Article History

Received : 20-04-2025

Revised : 28-05-2025

Accepted : 06-05-2025

#### Keywords:

Communication  
Strategy, Da'wah,  
Halal Certification,  
BPJPH, Culinary  
Msmes, Medan City

*This study aims to analyze the communication strategy of da'wah carried out by the Halal Product Guarantee Agency (BPJPH) in educating culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Medan City regarding the importance of halal certification. The research method used is a qualitative approach with in-depth interview techniques and document analysis. The results of the study show that BPJPH implements a communication strategy through various media, including direct socialization, use of social media, and collaboration with various institutions such as local governments, banks, and religious organizations. Social media, especially Instagram and WhatsApp, are used to expand the reach of halal certification education. In addition, training and mentoring programs by the Halal Product Process Assistant (P3H) are key factors in helping MSMEs understand and meet halal certification requirements. The main obstacles in implementing this strategy are the lack of understanding of business actors about the benefits of halal certification and limited resources in meeting administrative requirements. Therefore, efforts are needed to improve education and digitize services so that the halal certification process is more accessible to MSMEs.*

### Pendahuluan

Strategi komunikasi adalah proses yang sistematis untuk menyampaikan pesan dalam mencapai tujuan tertentu, seperti dalam bidang bisnis, pendidikan, atau dakwah. Menurut Cangara (2013), strategi komunikasi adalah perpaduan semua elemen komunikasi untuk mencapai tujuan komunikasi, termasuk komunikator, pesan, media (saluran), penerima, dan pengaruh (Meitibellina & Hariyanti, 2020). Strategi komunikasi dalam dakwah sangat penting dalam menyampaikan nilai-nilai Islam secara efektif sehingga masyarakat luas dapat menerimanya, menurut (Rogers, 1983). Isi pesan, cara penyampaian, sasaran audiens, dan media yang digunakan adalah semua elemen penting dalam strategi komunikasi yang baik.

Dalam ekonomi syariah, fungsi dakwah sangat penting, terutama dalam membentuk perilaku ekonomi masyarakat yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam

seperti kehalalan, keadilan, dan kemaslahatan bersama. Dakwah membantu orang memahami pentingnya ekonomi syariah, seperti praktik bisnis halal, larangan riba, dan pentingnya menjaga kejujuran dan transparansi dalam kegiatan ekonomi, Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

"Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu." (QS. Al-Baqarah 2: Ayat 168) ([quran.kemenag.go.id](http://quran.kemenag.go.id), t.thn.).

Menurut (Daulay & Septiani T. H., 2020), Strategi komunikasi dakwah adalah cara sistematis untuk menyampaikan pesan dakwah agar dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh masyarakat. Strategi ini harus mempertimbangkan karakteristik audiens, media yang digunakan, dan metode penyampaian yang efektif (Rambe, 2024). Ini penting agar dakwah tidak hanya informatif tetapi juga persuasif, sehingga dapat mendorong perubahan sikap dan perilaku sesuai dengan ajaran yang diajarkan. Oleh karena itu, strategi komunikasi dakwah yang baik sangat diperlukan dalam proses penyampaian dan edukasi kepada pelaku UMKM kuliner tentang pentingnya sertifikasi halal yang bertujuan untuk memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi standar kehalalan syariah, serta dapat memberikan kenyamanan dan keamanan bagi pembeli Muslim (Moh Ali, 2017).

Sertifikasi halal kini menjadi kebutuhan yang mendesak, terutama dalam industri kuliner, Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim akan pentingnya menjamin kehalalan produk yang dikonsumsi. Sertifikasi halal adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai perilaku bisnis yang seharusnya dijalankan produsen sebagai jaminan halal bagi konsumen (Faridah, 2019). Selain sebagai jaminan halal terhadap konsumen, label halal memberikan keuntungan ekonomis bagi produsen (Yusuf, 2023). Sertifikasi halal tidak hanya memberikan kepercayaan dan kenyamanan bagi pelanggan Muslim, tetapi juga meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global dan menunjukkan komitmen terhadap prinsip syariah (Museliza et al., 2023). Kehalalan produk adalah kewajiban di Indonesia, sebagai negara dengan mayoritas Muslim terbesar di dunia, bukan sekadar pilihan. Ini adalah kewajiban untuk mendukung ekonomi syariah (Yusuf, 2023).

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, kewenangan sertifikasi halal yang sebelumnya dipegang oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) kini beralih ke Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). BPJPH bertanggung jawab secara strategis untuk memastikan bahwa produk - produk, termasuk yang berasal dari usaha kecil dan menengah (UMKM), memenuhi standar halal. Selain melakukan administrasi dalam proses sertifikasi, BPJPH berfungsi sebagai fasilitator pendidikan melalui komunikasi dakwah. Dengan cara ini, BPJPH dapat memasukkan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis dan membuat pelaku usaha memahami pentingnya kepatuhan terhadap prinsip - prinsip syariah.

Rendahnya gambaran potensi dan manfaat sertifikasi halal yang mampu meningkatkan daya saing produk halal serta berpotensi positif meraih pasar global dalam penjualan barang atau produk halal masih belum optimal tergambar di Kota

Medan. Kondisi tersebut disebabkan karena kurang menyadari legalitas, biaya sertifikasi dan manfaat pendamping halal. Menurut Penjabat (Pj) Gubernur Sumut Hassanudin, mengatakan sekitar 196.471 UMKM, yaitu hanya 22% dari total UMKM Sumut, saat ini bekerja di industri makanan dan minuman, menurut data dari Dinas Koperasi Sumut. Hal ini mengarahkan level penggunaan sertifikasi halal di kota medan masih rendah. Padahal sertifikasi tersebut dibutuhkan oleh pelaku UMKM di kota medan untuk menghadapi persaingan di era global ini (Pemprov Sumut, 2024).

Kajian sebelumnya lebih banyak menekankan aspek hukum dan ekonomi, seperti peraturan pemerintah, bagaimana sertifikasi memengaruhi daya saing produk, dan masalah keuangan yang dihadapi UMKM saat mendapatkan sertifikasi halal. Studi ini unik karena berfokus pada strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh BPJPH untuk mengedukasi pelaku UMKM kuliner di Kota Medan. Dalam hal metodologi, penelitian sebelumnya biasanya menggunakan pendekatan kuantitatif, termasuk survei dan analisis statistik, untuk mengukur pengaruh sertifikasi halal terhadap ekonomi UMKM atau tingkat kepatuhan mereka terhadap undang-undang halal. Namun, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, mempelajari strategi komunikasi dakwah BPJPH melalui observasi, wawancara mendalam, dan analisis wacana. Dari segi subjek penelitian, kebanyakan studi sebelumnya hanya berfokus pada UMKM sebagai objek utama untuk memahami kendala dan dam yang terkait dengan sertifikasi halal. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan perspektif baru tentang bagaimana strategi komunikasi dakwah BPJPH dapat mempengaruhi pemahaman dan partisipasi UMKM.

Penelitian ini sangat penting karena masih rendahnya tingkat kepatuhan UMKM kuliner terhadap sertifikasi halal. Ini terjadi meskipun pemerintah menargetkan seluruh produk makanan dan minuman bersertifikat halal dalam beberapa tahun ke depan, tetapi banyak pelaku UMKM masih menganggap sertifikasi halal sebagai sesuatu yang rumit dan mahal, sehingga mereka tidak mau mengurusnya. Kurangnya pemahaman ini dapat menghambat pertumbuhan industri kuliner halal di Kota Medan dan berbagai wilayah lainnya. Oleh karena itu, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis berbagai pendekatan komunikasi dakwah yang digunakan BPJPH dalam menyebarkan sertifikasi halal kepada UMKM kuliner di Kota Medan. Selain itu, penelitian ini juga berusaha mengidentifikasi seberapa efektif pendekatan komunikasi yang digunakan untuk meningkatkan pemahaman dan keterlibatan pelaku UMKM dalam proses sertifikasi halal. Berdasarkan hasil analisis ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk pendekatan komunikasi yang lebih baik.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif deskriptif dan bertujuan untuk secara sistematis dan faktual menggambarkan fenomena strategi komunikasi dakwah BPJPH dalam sosialisasi sertifikasi halal. Penelitian ini tidak menguji hipotesis, tetapi berfokus pada eksplorasi dan deskripsi metode komunikasi, media yang digunakan, dan seberapa efektif strategi tersebut dalam meningkatkan kesadaran pelaku UMKM tentang sertifikasi halal. Penelitian ini dilaksanakan dalam rentang waktu Desember 2024 – Maret 2025. Lokasi penelitian berada di Kantor Wilayah Kementerian Agama

Provinsi Sumatera Utara, dengan fokus utama pada BPJPH sebagai penyelenggara sertifikasi halal serta Lembaga Pemeriksa Halal (P3H) sebagai mitra dalam proses verifikasi pembuatan sertifikasi halal serta pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner.

Populasi dalam penelitian ini mencakup anggota Satuan Tugas (SATGAS) Layanan Jaminan Produk Halal yaitu Ibu Samridawati Harahap, S.Ag,M.M dan bapak Zulpahmi Lubis M. H. I, bapak H. Inyong Syahrial,S.Ag serta staf Pendamping Proses Produk Halal (P3H) atau Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) Mathlaul Anwar bapak Wika Nurfuadi yang terlibat dalam proses komunikasi dan verifikasi sertifikasi halal serta pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner yang telah menjadi sasaran program edukasi dan sertifikasi halal BPJPH. Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner Habibu Cake bapak Satria Arif, S.E. Purposive Sampling adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini, dimana Informan yang diwawancarai termasuk pejabat BPJPH, perwakilan Lembaga Pemeriksa Halal (P3H) atau Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), dan pemilik UMKM yang telah atau memiliki sertifikasi halal.

Prosedur penelitian ini, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan strategi komunikasi BPJPH. Wawancara dilakukan untuk dapat memahami teknik komunikasi yang digunakan, masalah yang dihadapi, dan seberapa efektif teknik tersebut. Observasi dilakukan untuk mengetahui proses sosialisasi secara langsung yang dilakukan pihak BPJPH dalam edukasi sertifikasi halal dan analisis dokumen mencakup pemeriksaan kebijakan, modul sosialisasi serta materi komunikasi yang diterapkan BPJPH dalam proses edukasi sertifikasi halal.

Instrumen penelitian yang digunakan berupa dokumentasi tertulis tentang kegiatan sosialisasi sertifikasi halal, catatan observasi, dan pedoman wawancara semi-terstruktur. Analisis tematik digunakan dalam mengidentifikasi data yang diperoleh untuk menemukan pola-pola penting dalam strategi komunikasi dakwah BPJPH serta memahami makna dari setiap metode yang digunakan. Diharapkan desain penelitian ini akan memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana strategi komunikasi dakwah BPJPH berkontribusi pada peningkatan kesadaran UMKM tentang sertifikasi halal. Ini juga akan memberikan saran untuk meningkatkan sosialisasi di masa depan.

## **Pembahasan**

### **Pengertian Komunikasi Interpersonal**

Menurut Joseph A. DeVito Komunikasi Interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan secara verbal maupun non-verbal antara dua orang atau lebih, dengan umpan balik (feedback) secara langsung. Dalam buku tersebut, DeVito juga mengatakan bahwa Komunikasi Interpersonal merupakan komunikasi yang menghubungkan antar individu yang meliputi seluruh kehidupan manusia sehingga Komunikasi Interpersonal terjadi karena adanya interaksi antar manusia.

Menurut Jalaluddin Rakhmat (2007), komunikasi interpersonal dapat menghasilkan persepsi positif dan rasa saling percaya antara komunikator dan komunikan. Salah satu ciri khas komunikasi interpersonal adalah bahwa itu bersifat dua arah dan timbal balik, terjadi dalam hubungan personal atau sosial, menekankan empati dan kedekatan emosional, dan memberikan ruang untuk umpan balik langsung.

Dalam konteks pendidikan, model komunikasi ini sangat cocok untuk digunakan, terutama dalam hal-hal yang memerlukan pendekatan mendalam, seperti memberikan sertifikasi halal kepada pelaku UMKM (*The Interpersonal Communication Book.Pdf*, n.d.).

### **Karakteristik Komunikasi Interpersonal**

Pertama, Bersifat dua arah dan timbal balik: Komunikasi interpersonal melibatkan proses pengiriman dan penerimaan pesan aktif dari kedua belah pihak. Kedua pihak ini memiliki kemampuan untuk saling merespons dan memberikan umpan balik secara langsung satu sama lain. Kedua, Terjadi dalam hubungan personal atau sosial Komunikasi ini biasanya terjadi dalam hubungan yang dekat, seperti teman, keluarga, dan rekan kerja, atau dalam hubungan pembinaan, seperti pendamping dan usaha kecil dan menengah (UMKM). Ketiga, Menekankan kedekatan emosional dan empati: Komunikator berusaha untuk memahami kondisi emosional orang yang berbicara, dan mereka menyampaikan pesan mereka dengan penuh perhatian dan empati sehingga tercipta hubungan yang saling percaya.

### **Gap Teori dan Realita Lapangan**

Komunikasi interpersonal ideal secara teoritis jika dilakukan secara terencana dan berkesinambungan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya sertifikasi halal. Meskipun demikian, fakta di lapangan menunjukkan bahwa ada perbedaan antara teori dan praktik. Baik BPJPH maupun pendamping halal (P3H) seringkali menggunakan pendekatan interpersonal yang tidak efektif. Komunikasi yang terjadi lebih sering bersifat satu arah atau formalitas, sehingga tidak mencerminkan kedekatan emosional yang diharuskan dalam teori. Selain itu, beberapa petugas BPJPH atau P3H tidak memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan orang lain dengan baik. Akibatnya, pesan yang disampaikan kurang mengandung empati dan sulit diterima secara emosional oleh pelaku UMKM.

Selain itu, waktu interaksi yang terbatas menjadi kendala. Sementara UMKM mengalami banyak masalah terkait proses, biaya, dan sertifikasi teknis. Pesan edukasi yang sudah disampaikan tidak cukup untuk mengubah sikap dan perilaku pelaku usaha karena tidak ada komunikasi atau follow-up yang cukup.

Ketidaksesuaian ini dapat disebabkan oleh berbagai karakteristik UMKM, termasuk variasi dalam pendidikan, sosial, dan ekonomi. Faktor lain termasuk tingginya beban kerja petugas, yang menghalangi mereka untuk membangun hubungan interpersonal yang berkelanjutan, dan kurangnya muatan komunikasi personal dalam standar operasional prosedur (SOP) BPJPH.

### **Solusi dan Pandangan Peneliti**

Joseph A. Devito (2011) menyatakan bahwa empat hal yang diperlukan untuk komunikasi interpersonal yang efektif adalah empati, kejujuran, keterbukaan, dan kemampuan untuk mendengarkan dengan baik. Komunikasi interpersonal dalam pendidikan atau pembinaan harus mampu menciptakan rasa nyaman bagi komunikan sehingga mereka tidak hanya menerima informasi tetapi juga merasa dihargai sebagai

individu. Jalaluddin Rakhmat (2007) memperkuat ide ini dengan menyatakan bahwa komunikasi interpersonal yang baik mencakup lebih dari sekedar menyampaikan pesan; itu juga mencakup membangun persepsi positif dan kepercayaan dalam hubungan antarpribadi.

Berdasarkan teori tersebut, sebagai peneliti, saya melihat bahwa komunikasi interpersonal sangat cocok untuk membangun usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terutama dalam proses mendapatkan sertifikasi halal. BPJPH dapat memberikan pelatihan khusus tentang keterampilan komunikasi interpersonal yang berbasis empati, pendekatan budaya lokal, dan sensitivitas terhadap latar belakang pelaku usaha agar teori ini dapat diterapkan secara efektif di lapangan. Namun, model ini memungkinkan pembinaan yang personal, emosional, dan jangka panjang. Agar pembinaan berkelanjutan, bukan hanya interaksi satu kali, diperlukan sistem komunikasi dan pemantauan. Saya percaya bahwa ketika pelaku UMKM menerima penghargaan emosional dan pribadi, mereka akan lebih terbuka, aktif bertanya, dan bersedia menjalani proses sertifikasi halal dengan kesadaran dan bukan karena keterpaksaan.

### **Strategi Komunikasi Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) Dalam Mengedukasi Sertifikasi Halal di Kota Medan**

LPH merupakan unit baru yang ditugaskan untuk mengerjakan system manajemen mutu, memeriksa kehalalan prodak dan juga melakukan pendampingan mengenai sertifikasi halal bagi pelaku usaha. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh ibu Samridawati harahap, S.Ag, MM selaku Anggota Satgas Layanan Jaminan Produk Halal/Pengawas Jaminan Produk Halal provinsi Sumatera Utara mengatakan: “Ada namanya LPH ini banyak jumlahnya LPH ini lembaga pendamping proses awal di uin ada di umsu ada di parang Sudirman ada di uma ada di nu ada di Muhammadiyah ada. Di organisasi misalnya masyarakat ekonomi syariah ada di matulatul anwar, kerja sama kepada lembaga pemerintahan, baik bank maupun non bank, kemudian kepada lembaga pendidikan yang membentuk LPH seperti uin” UMKM di Kota Medan berperan besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Untuk mempercepat perkembangan sektor ini, Pemerintah Kota Medan tidak hanya memberikan bantuan modal serta peralatan usaha, tetapi juga menyediakan layanan sertifikasi halal secara gratis bagi para pelaku UMKM.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) memiliki peran penting dalam memastikan produk yang beredar di masyarakat memenuhi standar halal yang telah ditetapkan. Salah satu fokus utama BPJPH adalah memberikan edukasi kepada pelaku UMKM, terutama di sektor kuliner, mengenai pentingnya sertifikasi halal. Di Kota Medan, strategi komunikasi dakwah menjadi instrumen utama dalam menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran pelaku UMKM mengenai regulasi halal. Penyebaran informasi mengenai sertifikasi halal melalui media sosial menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya produk halal dan prosedur sertifikasinya. Dengan memanfaatkan platform digital seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, BPJPH, MUI, serta para produsen dapat menjangkau lebih banyak audiens dari berbagai latar belakang.

Untuk mengoptimalkan sosialisasi, berbagai metode dapat digunakan, seperti pembuatan konten visual yang menarik dalam bentuk infografis, video edukatif, serta

testimoni pelaku UMKM yang telah mendapatkan sertifikasi halal. Selain itu, kampanye interaktif seperti sesi tanya jawab (*live streaming*) dengan para ahli halal juga dapat membantu memberikan informasi langsung kepada masyarakat.

Kolaborasi dengan influencer atau tokoh yang memiliki pengaruh di bidang kuliner halal juga menjadi langkah strategis guna meningkatkan kesadaran publik. Selain itu, penggunaan iklan digital memungkinkan target sasaran yang lebih spesifik, seperti pelaku usaha mikro yang ingin mendapatkan bimbingan dalam proses sertifikasi halal. Dengan pendekatan ini, diharapkan semakin banyak UMKM yang terdorong untuk mengurus sertifikasi halal, serta meningkatnya kesadaran konsumen dalam memilih produk yang terjamin kehalalannya.

Sekretaris Satgas Halal Sumut, Makmur Nasution, menjelaskan bahwa langkah ini bertujuan memastikan bahwa produk daging yang beredar telah memenuhi standar halal. *“Jelang Idulfitri seperti saat ini, konsumsi daging sembelihan dan produk makanan minuman cenderung meningkat. Karenanya kami merasa perlu melakukan edukasi tentang pentingnya proses jaminan produk halal (JPH) dalam proses konsumsi produk-produk tersebut.”*

*“Pemberlakuan Wajib Halal Oktober 2024 merupakan langkah penting bagi upaya kita dalam mewujudkan Indonesia tidak hanya sebagai pasar, tetapi juga sebagai basis produksi industri halal global”*

Kegiatan ini dilakukan secara sinergis dengan berbagai instansi pemerintah daerah, seperti Dinas Peternakan, Dinas Perdagangan, dan Dinas Ketahanan Pangan, serta melibatkan asosiasi pedagang daging dan Juru Sembelih Halal (Juleha). Fokus pengawasan mencakup proses penyembelihan di RPH dan RPU, serta pengecekan label dan sertifikat halal guna memastikan produk terhindar dari kontaminasi bahan non-halal.

Selain itu, sosialisasi terkait kewajiban sertifikasi halal yang mulai berlaku pada Oktober 2024 juga menjadi bagian dari inisiatif ini. Dengan jaminan halal dari sektor hulu, pelaku usaha di sektor hilir, termasuk UMKM, dapat lebih mudah dalam memperoleh bahan baku halal dan memenuhi kewajiban sertifikasi. Langkah ini diharapkan dapat memperkuat ekosistem halal di Indonesia serta memberikan rasa aman bagi konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan prinsip kehalalan.

Tabel 1. Jumlah perusahaan Industri Kecil dan Menengah Kota Medan Sertifikat Halal

No	Tahun	Klasifikasi Skala Usaha				Jumlah
		Mikro	Kecil	Menengah	Besar	
1	2024	1205	45	22	70	1.342
2	2023	1048	39	20	61	1.167
3	2022	911	34	17	53	1.015
4	2021	83	45	44	22	194
	<b>Jumlah</b>	<b>3246</b>	<b>163</b>	<b>103</b>	<b>206</b>	<b>3719</b>

Sumber : <https://satudata.kemenag.go.id/>

Tabel tersebut menunjukkan perkembangan jumlah usaha berdasarkan

klasifikasi skala usaha dari tahun 2021 hingga 2024. Klasifikasi usaha dibagi menjadi empat kategori, yaitu usaha mikro, kecil, menengah, dan besar. Data dalam tabel menunjukkan bahwa usaha mikro selalu mendominasi jumlah keseluruhan usaha setiap tahunnya, dengan angka tertinggi pada tahun 2024 sebanyak 1.205 usaha mikro dari total 1.342 usaha yang tercatat.

Dari segi pertumbuhan, terjadi peningkatan yang cukup signifikan setiap tahunnya, terutama pada usaha mikro. Pada tahun 2021, jumlah usaha mikro hanya 83, kemudian meningkat pesat menjadi 911 pada tahun 2022, lalu terus bertambah hingga mencapai 1.205 pada tahun 2024. Usaha kecil, menengah, dan besar juga mengalami pertumbuhan, meskipun dalam skala yang lebih kecil dibandingkan usaha mikro. Jumlah usaha besar misalnya, mengalami peningkatan dari 22 usaha pada tahun 2021 menjadi 70 usaha pada tahun 2024.

Tren ini mengindikasikan bahwa ekosistem bisnis semakin berkembang, terutama di sektor usaha mikro yang terus mendapatkan dukungan dan bertumbuh dengan cepat. Peningkatan jumlah usaha yang cukup tajam dari tahun 2021 ke 2022 dapat disebabkan oleh pemulihan ekonomi pasca-pandemi, di mana banyak usaha kecil dan mikro mulai bermunculan kembali setelah sempat mengalami tantangan besar di tahun sebelumnya. Selain itu, kebijakan pemerintah dalam mendukung usaha mikro, seperti kemudahan akses permodalan dan sertifikasi usaha, juga berkontribusi pada pertumbuhan ini.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa perkembangan usaha di semua kategori terus meningkat setiap tahunnya. Dengan adanya tren positif ini, diharapkan pelaku usaha, terutama usaha mikro dan kecil, semakin mendapatkan dukungan agar dapat berkembang menjadi usaha menengah dan besar di masa mendatang.

Selain memberikan fasilitas sertifikasi halal gratis, Pemko Medan juga mengimplementasikan sistem digitalisasi bagi UMKM melalui Aplikasi *Sistem Informasi Manajemen, Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah*. Dengan adanya aplikasi ini, para pelaku usaha diharapkan lebih mudah memasarkan produknya secara digital, mengakses program bantuan pemerintah, serta meningkatkan daya saing mereka dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin modern.

Dalam implementasi di lapangan, BPJPH bekerja sama dengan berbagai lembaga, baik pemerintah maupun swasta, seperti Bank Indonesia (BI), BCA, BSI, dan lembaga lainnya untuk memfasilitasi pelatihan sertifikasi halal. Selain itu, BPJPH juga berkolaborasi dengan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) yang tersebar di berbagai perguruan tinggi dan organisasi masyarakat, seperti UIN, UMSU serta Mathla'ul Anwar. Salah satu contoh sukses adalah LPH Mathla'ul Anwar yang pada tahun 2023 meraih penghargaan sebagai LP3H terbaik karena aktif mendampingi pelaku usaha dalam proses sertifikasi halal.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan ibu Samridawati Harahap, S.Ag, MM selaku Anggota Satgas Layanan Jaminan Produk Halal/Pengawas Jaminan Produk Halal provinsi Sumatera Utara.

*“Ini implementasinya, biasanya BPJPH ini Bekerja sama dengan lembaga lembaga yang ada di Indonesia, khususnya BUMN. Contoh misalnya dengan Indonesia. Jadi Bank Indonesia itu sering menjadi fasilitator pelatih. Jadi di Medan sering ada pelatihan P3H pelatihan, pemilihan pelatihan pilihan yang dibuat di Medan, untuk anggarannya dari BI. Nah dari mana lagi contoh lain, misalnya bca*

*misalnya bsi dan lembaga lembaga yang lain”*

Dalam wawancara ini, peneliti membahas peran Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Pendamping Proses Produk Halal (P3H) dalam mendukung sertifikasi halal bagi UMKM. Sosialisasi sertifikasi halal dilakukan melalui berbagai media, termasuk televisi, radio, berita online, serta melalui website resmi BPJPH. Selain itu, BPJPH sering mengadakan pelatihan dan edukasi dengan berkolaborasi bersama Satgas Halal di seluruh provinsi Indonesia.

Kegiatan edukasi kepada pelaku usaha dilakukan di berbagai tempat, termasuk pasar tradisional dan pusat-pusat perdagangan selama momen tertentu, seperti bulan Ramadan. Selain edukasi lisan, BPJPH juga menyediakan informasi dalam bentuk brosur dan kampanye di berbagai daerah di Sumatera Utara.

Dalam aspek teknologi, pengembangan aplikasi digital juga dilakukan untuk mempermudah akses informasi mengenai sertifikasi halal. Aplikasi "Sehati" diharapkan terus dikembangkan hingga tahun 2025, meskipun saat ini belum ada kejelasan mengenai kuota sertifikasi halal gratis dari pemerintah untuk tahun tersebut. Jika kuota gratis tidak tersedia, sertifikasi halal tetap bisa dilakukan melalui jalur reguler dengan prosedur yang telah ditetapkan.

Secara keseluruhan, wawancara ini menyoroti pentingnya sinergi antara pemerintah, lembaga keuangan, pendidikan, dan masyarakat dalam meningkatkan kesadaran dan aksesibilitas sertifikasi halal bagi UMKM, khususnya di Kota Medan.

Pendamping Proses Produk Halal (P3H) memiliki peran penting dalam mendukung dakwah sertifikasi halal bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor kuliner di Kota Medan. Sebagai perantara antara pelaku usaha dan proses sertifikasi halal, P3H bertanggung jawab untuk memberikan edukasi mengenai pentingnya sertifikasi halal, membantu dalam proses pengajuan, serta memastikan kepatuhan terhadap standar kehalalan yang telah ditetapkan.

Salah satu peran utama P3H adalah memberikan pendampingan teknis dalam pengajuan sertifikasi halal, mulai dari pemahaman persyaratan, pengisian dokumen, hingga proses verifikasi bahan dan fasilitas produksi. P3H juga berperan dalam memastikan bahwa produk-produk UMKM sesuai dengan regulasi halal yang berlaku, termasuk kebijakan pemerintah terkait kewajiban sertifikasi halal untuk makanan dan minuman.

Tantangan utama dalam implementasi sertifikasi halal bagi UMKM di Kota Medan meliputi kurangnya pemahaman pelaku usaha mengenai konsep halal dan manfaat sertifikasi, kendala administratif akibat sistem pengajuan digital yang rumit, serta keterbatasan sumber daya manusia dan keuangan. Oleh karena itu, P3H juga berupaya meningkatkan kesadaran melalui berbagai program seperti *workshop* sertifikasi halal, bimbingan teknis, dan pelatihan UMKM.

Selain itu, untuk mendorong lebih banyak pelaku usaha mengajukan sertifikasi halal, pemerintah melalui BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) menyediakan kuota sertifikasi halal gratis setiap tahun. BPJPH juga menawarkan skema sertifikasi mandiri dengan biaya yang lebih terjangkau guna meringankan beban UMKM.

Secara keseluruhan, peran P3H dalam mendukung sertifikasi halal sangat

penting, terutama dalam mendorong kesadaran dan kepatuhan pelaku UMKM kuliner terhadap regulasi halal. Dengan semakin gencarnya sosialisasi serta adanya insentif dari pemerintah, diharapkan sertifikasi halal dapat berkembang lebih luas dalam waktu yang relatif singkat, sehingga UMKM kuliner di Kota Medan dapat semakin kompetitif di pasar lokal maupun global.

UMKM berperan sebagai agen perubahan dalam meningkatkan kesadaran tentang pentingnya halal, baik di kalangan pelaku usaha lainnya maupun di masyarakat. Melalui komunitas, asosiasi, dan pendamping halal, UMKM dapat berbagi pengalaman dan mengedukasi sesama pelaku usaha tentang manfaat sertifikasi halal.

Dengan peran yang begitu besar, penting bagi UMKM untuk segera mengambil langkah dalam proses sertifikasi halal agar dapat memanfaatkan berbagai peluang yang ada serta meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Salah satu UMKM yang diwawancarai oleh peneliti ada Satria Arif pemilik dari UMKM Habibu Cake. Wawancara dengan Satria Arif S.E, seorang pengusaha berusia 25 tahun dari Habibu Cake yang mengkhususkan diri dalam makanan penutup dan Kue. Diskusinya terutama berfokus pada sertifikasi halal untuk bisnis makanan. Setri menjelaskan bahwa ia mendapatkan pemahaman tentang sertifikasi halal dari tim sertifikasi halal P3H. Ia menegaskan pentingnya sertifikasi halal di Indonesia, terutama untuk memastikan status halal dari bahan-bahan mentah. Setri juga menyebutkan bahwa pelanggan sering bertanya tentang status halal, terutama mereka yang sangat peduli dengan pilihan makanan mereka. Ia mengatakan bahwa meskipun tidak mengikuti pelatihan formal, ia telah mengunjungi kantor MUI untuk mendapatkan informasi. Setri mengapresiasi upaya edukasi dari LPH dan P3H di Medan, menambahkan bahwa mereka aktif menjangkau UMKM lokal. Ia menjelaskan bahwa proses sertifikasi itu dapat dikelola, dengan tantangan utama adalah kepatuhan terhadap standar pencucian. Setri menghargai dukungan pemerintah melalui layanan konsultasi dan berharap semua bisnis, terlepas dari kepemilikan, akan mengejar sertifikasi halal. Ia melaporkan bahwa meskipun penjualan tidak meningkat secara signifikan setelah sertifikasi, kepercayaan pelanggan dan berkah bisnisnya meningkat. Setri sangat merekomendasikan UMKM lainnya untuk mendapatkan sertifikasi halal demi kenyamanan pelanggan.

### **Faktor Pendukung Dan Penghambat Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) Dalam Edukasi Sertifikasi Halal Di Kota Medan**

Setelah melakukan perumusan strategi, perlu adanya analisis tindakan untuk mengimplementasikan hasil dari perencanaan tersebut dikemudian hari, agar konsep yang telah dirapatkan Bersama dan disusun rapi oleh LPH dapat terealisasikan dengan baik serta dapat mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam sosialisasi.

Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh bapak H Iyong Syahrial, S.Ag selaku Satgas Layanan Produk Jaminan Halal (LPJH) Sumatera Utara mengatakan:

*“Terdapat dua kategori dalam Lembaga Pemeriksa Halal yaitu pratama dan utama, Lembaga Pemeriksa Halal Utama memiliki kewenangan untuk memeriksa halal, melakukan pendampingan dan menyosialisasikan kepada UMKM sedangkan Lembaga Pemeriksa Halal Pratama hanya melakukan audit pada produk halal dan menyosialisasikannya kepada pelaku usaha kecil keatas, untuk rapat evaluasi sendiri*

*bersifat kondisional biasanya diadakan setelah kegiatan, kita juga ada evaluasi untuk pencapaian serta menganalisis faktor pendukung dan penghambat dalam sosialisasi sertifikasi halal”*

Lebih dari itu bapak Makmur Nasution, M.Si juga menambahkan tentang strategi komunikasi LPH dalam melakukan sosialisasi kepada pelaku usaha, ia mengatakan:

*“Untuk evaluasi sendiri melibatkan staff LPH, ya kadang kalau ada trainer halal kita ajak gabung, kalo ada pendamping gabung ya boleh, tapi kita utamakan trainer dulu atau auditor yang sudah mendapatkan sertifikat halal, oia pak ketua juga sering ikut makannya setelah selesai langsung evaluasi, kami juga harus sigap merespon pelaku usaha yang masih terkendala seperti minimnya pemahaman mengenai halal, sertifikat yang tak kunjung terbit, kesalahan pelaku usaha dalam faktor produksi dan lain-lain, dalam merespon kendala pelaku usaha tersebut kami biasanya menggunakan sosial media whastapp dan email”*

Dari hasil wawancara, dapat diketahui bahwa Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) terbagi menjadi dua jenis, yaitu LPH Utama dan LPH Pratama. Evaluasi terhadap kinerja LPH Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) dilakukan melalui koordinasi antar anggota yang tergabung dalam struktur organisasi. Evaluasi ini mencakup pelaksanaan rapat untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam operasional LPH serta mengantisipasi hambatan yang dapat memengaruhi efektivitas kinerja lembaga. Selain itu, evaluasi juga berfungsi untuk merancang strategi guna mendukung kelancaran kegiatan yang akan datang.

LPH Utama merupakan lembaga yang telah lama beroperasi dan memiliki kapasitas besar, seperti LPH Sucofindo dan LPH Surveyor Indonesia. Lembaga ini biasanya tidak menjalin kerja sama dengan Pendamping Proses Produk Halal (P3H) karena telah memiliki tenaga ahli dan sumber daya manusia yang mencukupi. LPH Utama memiliki kewenangan luas, termasuk melakukan pemeriksaan kehalalan produk, mendampingi pelaku usaha dalam sertifikasi halal, serta menyosialisasikan pentingnya sertifikasi halal bagi pelaku UMKM.

Sementara itu, LPH Pratama merupakan lembaga yang masih berkembang dan memiliki cakupan tugas yang lebih terbatas dibandingkan LPH Utama. Salah satu contoh LPH Pratama adalah LPH UINSU, yang hanya berfokus pada audit produk halal tanpa melakukan sosialisasi kepada pelaku usaha mikro. Dalam menjalankan tugasnya, LPH Pratama biasanya bekerja sama dengan Pendamping Proses Produk Halal (P3H) untuk membantu pelaku usaha dalam proses sertifikasi halal.

Dengan adanya pembagian peran antara LPH Utama dan LPH Pratama, diharapkan sertifikasi halal dapat berjalan lebih efektif, menjangkau lebih banyak pelaku usaha, serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya jaminan kehalalan produk.

## **Keberhasilan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dalam Edukasi Sertifikasi Halal**

### **Di Kota Medan**

Keberhasilan edukasi sertifikasi halal di Kota Medan dapat dilihat dari meningkatnya jumlah pelaku UMKM yang memahami pentingnya sertifikasi halal dan jumlah produk yang telah tersertifikasi. Faktor utama yang mendukung keberhasilan ini adalah adanya sosialisasi yang masif dari pemerintah, lembaga terkait seperti BPJPH, dan pihak perbankan yang memberikan pendampingan kepada pelaku usaha.

Pemko Medan juga berperan aktif dengan menyediakan fasilitas sertifikasi halal secara gratis bagi UMKM, sehingga mendorong lebih banyak pelaku usaha untuk mengurus legalitas halal produk mereka. Selain itu, penggunaan media sosial, seminar, dan workshop semakin memperluas jangkauan edukasi, membuat informasi mengenai prosedur dan manfaat sertifikasi halal lebih mudah diakses oleh masyarakat.

Kolaborasi dengan berbagai stakeholder seperti Bank Indonesia, lembaga pendidikan, serta organisasi keagamaan turut mempercepat pencapaian target sertifikasi halal. Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal, UMKM di Medan kini lebih siap untuk bersaing di pasar nasional maupun internasional, meningkatkan daya saing produk, serta memenuhi regulasi halal yang akan diwajibkan secara penuh pada Oktober 2024.

Strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) **dalam** edukasi sertifikasi halal pada UMKM kuliner di Kota Medan dapat dianalisis menggunakan teori komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal berperan penting dalam menyampaikan pesan dakwah tentang pentingnya sertifikasi halal kepada para pelaku UMKM kuliner. Berikut adalah keterkaitan antara teori komunikasi interpersonal dengan strategi komunikasi dakwah BPJPH:

1. Penerapan Teori Penetrasi Sosial

BPJPH membangun komunikasi dengan pelaku UMKM secara bertahap, mulai dari penyampaian informasi dasar tentang regulasi sertifikasi halal hingga pendampingan dalam proses sertifikasi. Melalui interaksi berkelanjutan, kepercayaan dan kedekatan antara BPJPH dan UMKM semakin meningkat, sehingga UMKM lebih terbuka dalam menerima informasi dan berpartisipasi dalam sertifikasi halal.

2. Reduksi Ketidakpastian dalam Edukasi Halal

Banyak pelaku UMKM yang awalnya memiliki ketidakpastian atau keraguan terkait prosedur sertifikasi halal, baik dari segi biaya, persyaratan, maupun manfaatnya. BPJPH menggunakan strategi komunikasi interpersonal, seperti sesi konsultasi langsung, pendampingan, dan diskusi tatap muka, untuk mengurangi ketidakpastian ini dan memberikan pemahaman yang lebih jelas.

3. Kredibilitas BPJPH dalam Meningkatkan Kepercayaan UMK

BPJPH sebagai lembaga resmi yang memiliki otoritas dalam sertifikasi halal harus membangun kredibilitas di mata pelaku UMKM. Dengan menghadirkan pakar, ulama, serta tokoh yang dipercaya dalam komunitas, BPJPH dapat memperkuat kepercayaan dan meningkatkan penerimaan terhadap edukasi sertifikasi halal.

4. Peran Empati dalam Pendekatan ke UMKM

Pendekatan interpersonal BPJPH harus berbasis empati terhadap kondisi dan tantangan yang dihadapi UMKM kuliner di Kota Medan. Dengan memahami

keterbatasan modal, akses informasi, dan kendala administrasi, BPJPH dapat menawarkan solusi yang lebih sesuai, seperti program sertifikasi halal gratis atau pendampingan berbasis komunitas.

### **Simpulan**

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh BPJPH dalam memberikan edukasi kepada UMKM kuliner di Kota Medan cukup efektif. Hal ini ditunjukkan melalui berbagai metode komunikasi yang digunakan, seperti sosialisasi langsung, pemanfaatan media sosial, pelatihan dan pendampingan sertifikasi halal secara gratis.

Penelitian mengenai faktor pendukung dan penghambat Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dalam edukasi sertifikasi halal di Kota Medan menunjukkan bahwa terdapat berbagai aspek yang mempengaruhi efektivitas peran LPH dalam menjalankan tugasnya. Faktor pendukung utama dalam edukasi sertifikasi halal mencakup kebijakan pemerintah yang proaktif, seperti adanya regulasi wajib halal dan dukungan dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Di sisi lain, faktor penghambat yang ditemukan dalam penelitian ini antara lain keterbatasan sumber daya manusia di LPH, baik dari segi jumlah maupun kompetensi dalam memberikan edukasi secara luas. Kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya sertifikasi halal masih rendah.

Keberhasilan edukasi sertifikasi halal di Kota Medan menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh berbagai pihak, seperti BPJPH, pemerintah daerah, dan lembaga terkait, telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan partisipasi pelaku UMKM dalam proses sertifikasi halal. Hal itu penting bagi setiap pelaku UMKM muslim untuk memahami bahwa pemenuhan standar halal dalam produk bukan hanya demi kepentingan ekonomi dan kepercayaan pasar, akan tetapi juga sebagai bentuk ketaqwaan kepada Allah SWT.

## DAFTAR PUSTAKA

- Daulay, H., & Septiani T. H., E. 2020. Komunikasi dan Dakwah: Strategi Komunikasi dalam Penguatan Wawasan keislaman Remaja. *Kalijaga Journal of Communication*, 2(1), 17–32. <https://doi.org/10.14421/kjc.21.02.2020>
- Faridah, H. D. 201. Halal certification in Indonesia; history, development, and implementation. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78>
- Moh Ali, A. 2017. *Ilmu dakwah*. Prenadamedia group. [https://books.google.co.id/books?id=75gFEQAAQBAJ&dq=ilmu+dakwah&lr=&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.co.id/books?id=75gFEQAAQBAJ&dq=ilmu+dakwah&lr=&source=gbs_navlinks_s)
- Museliza, V., Rimet, R., Rahma, S., & Suryadi, N. 2023. Literasi Pentingnya Sosialisasi Sertifikasi Halal pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Pekanbaru. *Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Masyarakat Multikultural*, 1(3), 122–130. <https://doi.org/10.57152/batik.v1i3.982>
- Pemprov Sumut. 2024, February 3. *Kolaborasi dengan Kementerian Koperasi, Pemprov Sumut Fasilitasi 1.000 Sertifikat Halal Gratis untuk UMKM*. <https://sumutprov.go.id/artikel/artikel/kolaborasi-dengan-kementerian-koperasi-pemprov-sumut-fasilitasi-1-000-sertifikat-halal-gratis-untuk-umkm>
- Rambe, T. A. 2024. Strategi komunikasi dakwah oleh habib husein ja'far di platform youtube noice. <https://jurnal.iicet.org/>, Vol. 9, No. 1, 2024, pp. 97–103, 97–103. <http://dx.doi.org/10.29210/30034565000>
- The Interpersonal Communication Book.pdf*. (n.d.). Google Docs. Retrieved May 22, 2025, from [https://drive.google.com/file/d/1onLo05bmuzfOHZtcyMAAj9zphdfS-F2E/view?usp=sharing&usp=embed\\_facebook](https://drive.google.com/file/d/1onLo05bmuzfOHZtcyMAAj9zphdfS-F2E/view?usp=sharing&usp=embed_facebook)
- Yusuf, M. Z. 2023. Peluang Indonesia Dalam Pusaran Industri Halal Dunia. *Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 101. <https://doi.org/10.28944/masyrif.v4i1.899>
- Meitibellina, N., & Hariyanti, P. 2020. Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Blora Menuju Smart City. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 59–74. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol15.iss1.art5>
- Rambe, T. A. 2024. Strategi komunikasi dakwah oleh habib husein ja'far di platform youtube noice. <https://jurnal.iicet.org/>, Vol. 9, No. 1, 2024, pp. 97–103, 97–103. <http://dx.doi.org/10.29210/30034565000>
- Rogers, E. M. 1983. *Diffusion of innovations* (3. ed). Free Press [u.a.]. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://teddykw2.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/07/everett-m-rogers-diffusion-of-innovations.pdf>
- <quran.kemenag.go.id>. (t.thn.). Diambil kembali dari <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/16?from=1&to=114>