

Strategi Generasi Z dalam Mendukung Peningkatan Sertifikasi Halal UMKM di Indonesia

Gina Nurul Fitriyani*, Gilang Mauli Anwar², Leni Pratiwi Hakim³, Listia Andani^{4*} Araya Ghifary Alba Wahyudi⁵

¹Universitas Siliwangi: 221002071@student.unsil.ac.id

²Universitas Siliwangi: 221002122@student.unsil.ac.id

³Universitas Siliwangi: 221002078@student.unsil.ac.id

⁴Universitas Siliwangi: *listiaandani@unsil.ac.id

⁵UIN Sunan Gunung Djati Bandung: baladaindonesiatercinta@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia dengan jumlah yang mencapai lebih dari 64 juta unit usaha. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan industri halal, salah satunya melalui peningkatan sertifikasi halal bagi pelaku UMKM. Dalam konteks demografi, Generasi Z merupakan salah satu kelompok usia produktif yang tumbuh di era digital dan memiliki karakter adaptif terhadap teknologi serta informasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran dan strategi Generasi Z dalam mendukung peningkatan sertifikasi halal pada UMKM di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi literatur, yang kemudian dianalisis secara tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z berperan dalam mendorong sertifikasi halal melalui peningkatan literasi dan diseminasi informasi digital, edukasi serta sosialisasi kepada pelaku usaha, pendampingan proses pengajuan sertifikasi, serta penguatan kapasitas sumber daya manusia halal, termasuk penyelia halal. Temuan ini menunjukkan bahwa keterlibatan Generasi Z dapat menjadi faktor pendukung dalam penguatan ekosistem halal nasional.

Kata kunci: Generasi Z, Sertifikasi Halal, UMKM, Ekosistem Halal

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in Indonesia's economy, accounting for more than 64 million business units nationwide. As the country with the largest Muslim population in the world, Indonesia holds significant potential in the development of the halal industry, particularly through the expansion of halal certification among MSMEs. In the demographic context, Generation Z represents one of the largest productive age groups and is characterized by strong digital literacy and adaptability to technological advancements. This study aims to analyze the role and strategies of Generation Z in supporting the increase of halal certification among MSMEs in Indonesia. This research employs a qualitative descriptive approach. Data were collected through interviews, observations, and literature review, and subsequently analyzed using thematic analysis. The findings indicate that Generation Z contributes to the promotion of halal certification through digital information dissemination, education and socialization initiatives, assistance in the certification process, and the strengthening of halal human resources capacity, including halal supervisors. These findings suggest that the active involvement of Generation Z can serve as a

Keywords: Generation Z, Halal Certification, MSMEs, Halal Ecosystem

1. PENDAHULUAN

Generasi Z merupakan kelompok generasi yang lahir pada rentang tahun 1996 hingga 2012 dan saat ini berada pada usia produktif sekitar 11–26 tahun. Generasi ini tumbuh dalam era digital yang ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet, sehingga teknologi tidak hanya menjadi alat bantu, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup dan pola interaksi sosial mereka (Laka et al., 2024). Karakteristik Generasi Z antara lain memiliki intensitas komunikasi yang tinggi melalui media sosial dan perangkat digital, pola pikir yang cenderung global dan terbuka terhadap keberagaman, adaptif terhadap perubahan dan tren, memiliki motivasi tinggi, mampu melakukan multitasking, serta mengedepankan kreativitas dan eksistensi publik (Politeknik STIA LAN Jakarta, 2023). Dengan karakteristik tersebut, Generasi Z memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, khususnya melalui pemanfaatan teknologi digital.

Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia yang memiliki potensi besar dalam pengembangan industri halal, baik pada sektor makanan, pariwisata, hingga media dan hiburan halal (Andani et al., 2024). Potensi tersebut didukung oleh keberadaan UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional (Samsiyah et al., 2025). UMKM menyerap sekitar 99,9% dari total pelaku usaha di Indonesia dan berkontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja serta pertumbuhan ekonomi nasional (Novitasari, 2022). Di tingkat global, industri halal terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, tidak hanya di negara-negara mayoritas Muslim, tetapi juga di negara non-Muslim. Hal ini disebabkan oleh konsep halal yang tidak hanya berkaitan dengan aspek religius, tetapi juga menjamin kualitas, keamanan, dan kebaikan produk yang dikonsumsi (Hariani, 2023). Dengan demikian, penguatan sektor halal menjadi peluang strategis bagi Indonesia agar mampu bersaing dalam pasar global.

UMKM di Indonesia setiap tahunnya meningkat, tercatat dalam (BPS) jumlah UMKM pada tahun 2018 sebanyak 64,19 juta. Tahun 2020 sempat menurun 2,24% dari 64,19 juta menjadi 64 juta. Kemudian meningkat kembali sampai tahun 2023 tercatat 66 juta jumlah umkm di Indonesia. Berikut data tabel UMKM di Indonesia dari tahun ke tahun.

Tabel 1. Data UMKM di Indonesia

Tahun	2018	2019	2020	2021	2023
Jumlah UMKM (juta)	64,19	65,47	64	65,46	66
Pertumbuhan (%)		1,98	-2,24	2,28	1,52

Sumber: Kadin Indonesia. Data dan Statistik UMKM

Berdasarkan Tabel 1, jumlah UMKM pada tahun 2018 tercatat sebanyak 64,19 juta unit dan meningkat menjadi 66 juta unit pada tahun 2023. Meskipun sempat mengalami penurunan sebesar 2,24% pada tahun 2020, UMKM kembali menunjukkan pemulihan dan pertumbuhan positif pada tahun-tahun berikutnya (Kadin Indonesia, 2024). Hal ini menegaskan bahwa sektor UMKM memiliki daya tahan dan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional (Janah S Tampubolon, 2024). Namun demikian, peningkatan jumlah UMKM belum diiringi dengan optimalnya kepemilikan sertifikasi halal.

Data sertifikasi halal per 16 Mei 2024 yang dirilis oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama menunjukkan kondisi sebagai berikut:

Tabel 2. Data Sertifikasi Halal di Indonesia

Data Sertifikasi Halal per 16 Mei 2024					
Pendaftar	Proses Sertifikasi Halal		Produk Sudah Sertifikasi Halal		
1.856.131	116.364		4.418.343		
Data Sertifikat Halal Berdasarkan Skala Usaha					
Usaha Besar	Usaha Menengah		Usaha Kecil	Usaha Mikro	
542.823	158.147		243.574	3.473.799	
Trend Pendaftaran Sertifikat Halal per Tahun					
2019	2020	2021	2022	2023	2024
243	9.101	17.820	139.729	1.368.722	320.448

Sumber: BPJPH Kemenag

Berdasarkan data tersebut, dari total sekitar 66 juta UMKM di Indonesia, produk yang telah tersertifikasi halal baru mencapai sekitar 4,4 juta atau sekitar 6,7%, sedangkan 93,3% lainnya belum tersertifikasi (BPJPH, 2024). Kesenjangan ini menunjukkan bahwa potensi besar UMKM belum sepenuhnya dioptimalkan dalam kerangka industri halal nasional (Pamuji, 2024). Urgensi sertifikasi halal semakin menguat dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang mewajibkan produk makanan, minuman, hasil sembelihan, jasa penyembelihan, serta bahan baku dan bahan tambahan pangan untuk memiliki sertifikat halal. Implementasi kewajiban tersebut yang semula ditargetkan pada Oktober 2024 kemudian diperpanjang hingga Oktober 2026, disertai penguatan sosialisasi dan literasi bagi pelaku UMKM (Heriani, 2024). Kebijakan ini menegaskan bahwa sertifikasi halal bukan lagi sekadar kebutuhan pasar, tetapi telah menjadi kewajiban regulatif.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki sensitivitas tinggi terhadap isu halal. Ropikah et al., (2021) Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki sensitivitas tinggi terhadap isu halal. Sementara itu, Zuhira S Sulaiman (2023) menemukan bahwa Generasi Z cenderung memilih produk yang telah tersertifikasi halal dan bahwa sertifikasi halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Namun, penelitian-penelitian tersebut lebih banyak menempatkan Generasi Z sebagai konsumen, bukan sebagai agen yang berperan aktif dalam mendorong peningkatan sertifikasi halal pada UMKM.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat celah penelitian mengenai bagaimana Generasi Z dapat berperan tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga sebagai agen perubahan dalam mendorong peningkatan sertifikasi halal pada UMKM. Dengan karakteristik digital, adaptif, dan kreatif yang dimilikinya, Generasi Z berpotensi menjadi motor penggerak literasi halal, sosialisasi regulasi, pendampingan sertifikasi, serta diseminasi informasi melalui platform digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis peran Generasi Z dalam mendorong peningkatan sertifikasi halal pada UMKM di Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti di lapangan melalui responden

dengan cara observasi, wawancara dan penyebaran angket (Sujarweni, 2014). Sasaran data pada data primer yaitu data yang ditemukan langsung oleh peneliti di lapangan. Sedangkan data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Hal tersebut berarti bahwa peneliti berperan sebagai pihak kedua, karena tidak didapatkan secara langsung (Khaatimah S Wibawa, 2017). Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan studi literatur. Teknik Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis data model *Miles and Huberman* yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Qomaruddin S Sa'diyah, 2024).

1) Pengumpulan data

Pada penelitian ini data dikumpulkan melalui teknik observasi, wawancara dan studi literatur, untuk melihat potensi pengembangan UMKM halal di Indonesia melalui peran dan strategi generasi Z.

2) Reduksi Data

Data yang telah didapatkan selanjutnya di reduksi untuk melihat katagorisasi data. Mereduksi data berarti merangkum, dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya (Sugiyono, 2018). Hasil data yang direduksi pada penelitian ini adalah potensi UMKM halal di Indonesia sebagai solusi Indonesia menjadi pusat industri halal.

3) Penyajian Data

Penyajian data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan tabel sehingga dapat dilihat persentasi sertifikasi pada UMKM di Indonesia dari berbagai aspek.

4) Penarikan Kesimpulan

Dari hasil penyajian data, maka akan disimpulkan bagaimana sertifikasi halal pada Umkm di Indonesia.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Peran Generasi Z dalam Meningkatkan Jumlah Sertifikat Halal pada UMKM di Indonesia

Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh dan berkembang dalam era digital serta sangat adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi. Dalam konteks pengembangan industri halal, transformasi digital menjadi peluang strategis sekaligus tantangan. Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama, Muhammad Aqil Irham, menyampaikan bahwa sinergi global dan penerapan teknologi digital merupakan faktor kunci dalam penguatan ekosistem halal nasional (Hifmi, 2022). Permintaan produk halal global yang terus meningkat juga didorong oleh generasi muda, khususnya Generasi Z, yang memiliki kesadaran tinggi terhadap gaya hidup halal (*halal lifestyle*).

Sebagai generasi dengan tingkat penggunaan media sosial tertinggi di Indonesia, Generasi Z memiliki potensi besar dalam menyebarkan informasi dan membangun kesadaran mengenai pentingnya sertifikasi halal. Dengan karakteristik kreatif, kolaboratif, dan digital-savvy, Generasi Z dapat menjadi agen perubahan

dalam mendorong peningkatan jumlah sertifikat halal pada UMKM. Berikut beberapa peran utama Generasi Z dalam konteks tersebut:

- 1) Literasi dan Regulasi Sertifikasi Halal
 - a) Literasi Sertifikasi Halal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki tingkat kesadaran yang cukup baik terhadap pentingnya konsumsi produk halal. Namun, pemahaman tersebut belum sepenuhnya bersifat komprehensif. Sebagian masih memaknai halal hanya sebatas pada keberadaan label atau aspek bahan baku, tanpa memahami bahwa konsep halal mencakup keseluruhan proses produksi, mulai dari pengadaan bahan, pengolahan, penyimpanan, distribusi, hingga penerapan Sistem Jaminan Halal (SJH) secara berkelanjutan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan literasi yang sekaligus membuka ruang strategis bagi Generasi Z untuk berperan sebagai agen edukasi (Ropikah et al., 2021).

Dalam konteks pemberdayaan UMKM, Generasi Z dapat mengambil peran sebagai penyebar literasi halal yang tidak hanya menekankan aspek normatif keagamaan, tetapi juga aspek manajerial dan sistemik. Edukasi yang diberikan kepada pelaku UMKM perlu mencakup pemahaman menyeluruh mengenai pentingnya standar operasional produksi halal, dokumentasi bahan baku, serta konsistensi penerapan SJH. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak dipahami semata sebagai kewajiban administratif, melainkan sebagai sistem pengelolaan mutu berbasis nilai syariah.

Menurut Marketing and Networking Manager LPPOM MUI, Cucu Rina Purwaningrum (Yana, 2024), terdapat beberapa aspek krusial sebelum sertifikat halal diterbitkan. Aspek tersebut meliputi proses audit bahan dan dokumen secara menyeluruh, kepastian bahwa fasilitas produksi bebas dari najis atau kontaminasi bahan non-halal, serta keberadaan tim manajemen halal atau penyelia halal yang bertanggung jawab menjaga konsistensi implementasi standar halal. Ketiga aspek ini menegaskan bahwa sertifikasi halal merupakan proses sistematis yang menuntut kesiapan administrasi dan teknis.

Dalam hal ini, Generasi Z dapat berperan aktif dalam membantu UMKM menyiapkan dokumen pendukung, menata proses produksi agar sesuai standar, serta memahami fungsi penyelia halal sebagai bagian dari keberlanjutan sertifikasi. Keterlibatan tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pendamping teknis yang memperkuat kapasitas internal UMKM.

- b) Regulasi Sertifikasi Halal

Dari aspek regulatif, pemerintah Indonesia telah menetapkan landasan hukum melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Regulasi ini mewajibkan produk tertentu, seperti makanan, minuman, hasil sembelihan, dan jasa penyembelihan, untuk memiliki sertifikat halal sesuai tahapan implementasi yang ditetapkan. Kebijakan tersebut menjadi instrumen strategis dalam memperkuat daya saing industri halal nasional (Pamuji, 2024). Pelaksanaan kebijakan ini berada di bawah koordinasi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), yang juga menyediakan berbagai kemudahan

bagi usaha mikro dan kecil, termasuk penyederhanaan prosedur dan fasilitasi pembiayaan. Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan utama UMKM bukan hanya pada aspek biaya, melainkan pada keterbatasan informasi dan rendahnya pemahaman terhadap mekanisme administrasi (Heriani, 2024).

Dalam konteks ini, Generasi Z memiliki posisi strategis sebagai penghubung antara regulator dan pelaku usaha. Dengan literasi digital yang tinggi, Generasi Z dapat membantu proses pendaftaran secara daring, menjelaskan tahapan sertifikasi secara lebih sederhana, serta melakukan sosialisasi kebijakan JPH di tingkat desa dan komunitas. Peran ini berkontribusi dalam mengurangi kesenjangan informasi (*information gap*) yang selama ini menjadi salah satu faktor rendahnya jumlah sertifikasi halal pada UMKM.

2) Pelatihan dan *Workshop*

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa rendahnya jumlah sertifikasi halal pada UMKM seringkali disebabkan oleh kurangnya pemahaman teknis mengenai prosedur dan manfaat sertifikasi. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami alur pendaftaran, persyaratan dokumen, maupun implikasi jangka panjang dari kepemilikan sertifikat halal terhadap daya saing produk (Srikandi, 2024).

Dalam hal ini, pelatihan dan workshop menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha. Generasi Z dapat berperan sebagai inisiator maupun fasilitator kegiatan edukatif, seperti seminar, sosialisasi, dan simulasi pendaftaran sertifikasi halal secara daring. Pendekatan berbasis *peer education* atau pembelajaran sejawat dinilai lebih komunikatif dan mudah diterima karena menggunakan bahasa yang kontekstual serta memanfaatkan media digital yang akrab dengan Generasi Z.

Pendamping Proses Produk Halal (PPH) Halal Center UMS, Fahmi Cholid (Cholid, 2024), menjelaskan bahwa sertifikasi halal memberikan nilai tambah ekonomi dengan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Kepercayaan tersebut berimplikasi pada peningkatan daya saing, baik di pasar domestik maupun global. Oleh karena itu, pelatihan tidak hanya berorientasi pada pemenuhan regulasi, tetapi juga pada penguatan strategi pemasaran dan positioning produk UMKM dalam ekosistem industri halal.

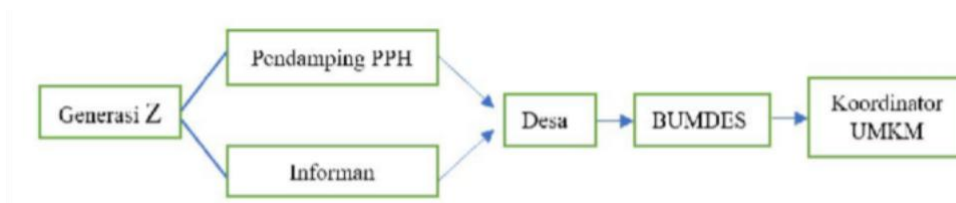
Dengan demikian, literasi, pemahaman regulasi, serta penguatan kapasitas melalui pelatihan dan workshop merupakan rangkaian strategi yang saling terintegrasi. Kolaborasi antara pemerintah, lembaga sertifikasi, pendamping halal, dan Generasi Z menjadi faktor kunci dalam percepatan peningkatan jumlah sertifikat halal pada UMKM. Generasi Z, dengan keunggulan digital dan jejaring sosialnya, memiliki potensi besar untuk menjadi katalisator transformasi ekosistem halal yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

b. Strategi Generasi Z dalam Meningkatkan Jumlah Sertifikat Halal pada UMKM di Indonesia

Generasi Z dikenal sebagai generasi yang memiliki kecakapan digital, kreativitas, serta kemampuan inovatif dalam memanfaatkan teknologi informasi. Mereka

tumbuh dalam lingkungan yang serba digital, sehingga memiliki kemudahan dalam mengakses informasi, membangun jejaring, serta menggunakan berbagai platform teknologi untuk mendukung aktivitas sosial dan ekonomi. Karakteristik ini menjadikan Generasi Z sebagai kelompok strategis dalam mendukung pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya dalam menghadapi tantangan sertifikasi halal.

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi UMKM di Indonesia adalah proses perolehan sertifikat halal yang masih dianggap kompleks, baik dari sisi administratif maupun teknis. Keterbatasan informasi, kurangnya literasi regulasi, serta minimnya pendampingan menjadi faktor penghambat meningkatnya jumlah sertifikasi halal. Dalam konteks ini, Generasi Z dapat mengambil peran strategis melalui pendekatan kolaboratif sebagaimana tergambar dalam skema berikut.



Gambar 1. Skema Strategi yang Dilakukan Generasi Z dalam Meningkatkan Jumlah Sertifikasi Halal

Berdasarkan skema tersebut, peran Generasi Z terbagi ke dalam dua fungsi utama. Pertama, sebagai Pendamping Proses Produk Halal (PPH) yang terlibat secara langsung dalam membantu UMKM memenuhi persyaratan sertifikasi. Kedua, sebagai informan atau agen edukasi yang menyebarluaskan informasi dan memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya sertifikasi halal serta tahapan pengajuannya. Kedua peran ini bersifat komplementer dan saling memperkuat dalam membangun ekosistem halal di tingkat desa.

Secara struktural, strategi ini dimulai dari keterlibatan Generasi Z dalam melakukan koordinasi dengan pemerintah desa. Langkah ini penting untuk memperoleh legitimasi dan dukungan kelembagaan terhadap pelaksanaan program sertifikasi halal bagi UMKM. Dukungan pemerintah desa juga berfungsi sebagai penguat kepercayaan pelaku usaha terhadap program pendampingan yang dilakukan.

Selanjutnya, Generasi Z menjalin kerja sama dengan pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Melalui kerja sama ini, diperoleh data dan informasi terkait pelaku UMKM yang aktif di wilayah desa tersebut. Data tersebut menjadi dasar dalam melakukan pemetaan kebutuhan dan kesiapan UMKM untuk mengikuti proses sertifikasi halal. Pendekatan berbasis data ini membantu program pendampingan menjadi lebih terarah dan efektif.

Tahap berikutnya adalah koordinasi dengan Koordinator UMKM atau pihak yang memiliki peran sentral dalam pembinaan pelaku usaha di tingkat lokal. Melalui kolaborasi ini, informasi mengenai pelaksanaan kegiatan sertifikasi halal dapat disampaikan secara sistematis kepada seluruh pelaku UMKM. Pada tahap ini, Generasi Z berfungsi sebagai penghubung komunikasi yang menjelaskan manfaat sertifikasi halal tidak hanya dari aspek kepatuhan regulasi, tetapi juga sebagai strategi peningkatan daya saing usaha.

Setelah koordinasi kelembagaan dilakukan, Generasi Z dapat melaksanakan kegiatan pendampingan secara langsung kepada UMKM. Pendampingan dapat dilakukan secara kolektif melalui kegiatan sosialisasi dan bimbingan teknis, maupun secara individual dengan mengunjungi lokasi usaha pelaku UMKM. Pendekatan langsung ini memungkinkan adanya identifikasi kendala spesifik yang dihadapi masing-masing pelaku usaha, baik dalam hal kelengkapan dokumen, proses produksi, maupun pemahaman terhadap standar halal.

Strategi yang terstruktur dari tingkat desa, BUMDes, hingga Koordinator UMKM menunjukkan bahwa peningkatan jumlah sertifikasi halal tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan memerlukan sinergi kelembagaan. Dalam skema ini, Generasi Z berperan sebagai motor penggerak yang menjembatani antara regulasi, institusi lokal, dan pelaku usaha. Dengan kecakapan digital dan kemampuan komunikasi yang dimiliki, Generasi Z berpotensi menjadi katalisator percepatan sertifikasi halal, sehingga UMKM memiliki kesiapan untuk bersaing di pasar nasional maupun global.

Langkah-langkah yang telah diuraikan sebelumnya menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki posisi strategis dalam mendorong peningkatan jumlah sertifikat halal pada UMKM di Indonesia. Peran tersebut tidak hanya bersifat teknis-administratif, tetapi juga transformasional, karena melibatkan proses edukasi, pendampingan, serta penguatan kapasitas kelembagaan di tingkat lokal. Dengan keterampilan digital, inisiatif yang tinggi, serta semangat kolaboratif yang menjadi karakteristik generasi ini, Generasi Z mampu menjembatani kesenjangan informasi dan mempercepat proses sertifikasi halal pada UMKM.

Kontribusi tersebut tidak hanya berdampak pada peningkatan legalitas dan daya saing produk UMKM, tetapi juga berimplikasi lebih luas terhadap penguatan ekosistem industri halal nasional. Semakin banyak UMKM yang tersertifikasi halal, maka semakin besar pula peluang Indonesia untuk memperkuat posisinya dalam pasar halal global. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang terstruktur dan berkelanjutan agar peran Generasi Z dapat dioptimalkan secara maksimal. Beberapa strategi efektif yang dapat dilakukan antara lain sebagai berikut:

1) Meningkatkan Informasi, Edukasi dan Sosialisasi Terkait Sertifikasi Halal kepada Pelaku Usaha

Salah satu hambatan utama dalam peningkatan jumlah sertifikat halal adalah rendahnya tingkat literasi pelaku UMKM mengenai prosedur, manfaat, serta urgensi sertifikasi halal. Dalam konteks ini, Generasi Z dapat berperan sebagai agen edukasi yang aktif melakukan sosialisasi secara sistematis dan terarah. Kolaborasi dengan pihak regulator, pemerintah daerah, serta lembaga penyelenggara sertifikasi halal menjadi langkah strategis untuk memperluas jangkauan informasi.

Kegiatan sosialisasi dapat diwujudkan dalam bentuk seminar, workshop, diskusi kelompok, maupun penyuluhan berbasis komunitas. Pendekatan ini tidak hanya memberikan pemahaman normatif mengenai kewajiban sertifikasi halal, tetapi juga menjelaskan nilai tambah ekonomi yang dapat diperoleh UMKM setelah memiliki sertifikat halal. Dengan meningkatnya pemahaman tersebut, pelaku usaha akan lebih terdorong untuk secara proaktif mengajukan sertifikasi halal

bagi produknya. Melalui kegiatan seperti ini, Generasi Z dapat membangun kesadaran kolektif di tingkat desa serta menciptakan budaya usaha yang berorientasi pada standar halal.



Gambar 2. Seminar Sertifikasi Halal di Desa Selawangi

2) Memberikan Fasilitas Sertifikasi Halal Gratis

Faktor biaya seringkali menjadi kendala utama bagi pelaku UMKM dalam mengurus sertifikasi halal. Meskipun pemerintah telah menyediakan program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI), kenyataannya masih banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui atau belum memahami mekanisme pendaftarannya. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan informasi yang perlu dijangkitani.

Dalam situasi tersebut, Generasi Z dapat mengambil peran sebagai fasilitator administratif yang membantu UMKM mengakses program SEHATI. Generasi Z yang telah mengikuti Pelatihan Pendampingan Proses Produk Halal (P3H) memiliki kompetensi untuk mendampingi pelaku usaha dalam menyiapkan dokumen, mengisi formulir pendaftaran secara daring, serta memastikan kelengkapan persyaratan yang dibutuhkan. Dengan pendampingan yang intensif, hambatan biaya dan prosedural dapat diminimalkan, sehingga peluang UMKM untuk memperoleh sertifikat halal semakin terbuka. Pendampingan langsung seperti ini memperlihatkan bahwa peran Generasi Z tidak hanya sebatas penyampai informasi, tetapi juga sebagai aktor yang terlibat aktif dalam proses teknis sertifikasi.



Gambar 3. Proses Pendampingan Sertifikasi Halal pada UMKM

3) Meningkatkan SDM Halal/Penyelia Halal yang Berkompetensi

Keberlanjutan sertifikasi halal tidak hanya bergantung pada proses pengajuan awal, tetapi juga pada konsistensi penerapan Sistem Jaminan Halal (SJH) dalam kegiatan produksi sehari-hari. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014, penyelia halal merupakan individu yang bertanggung jawab terhadap pengawasan proses produksi halal di suatu usaha. Penyelia halal berfungsi sebagai pilar utama dalam implementasi SJH, yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi sistem produksi halal secara berkelanjutan.

Kompetensi penyelia halal menjadi sangat penting untuk mencegah terjadinya pelanggaran standar halal yang dapat merugikan pelaku usaha, baik dari sisi reputasi maupun aspek hukum. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia halal menjadi strategi jangka panjang dalam memperkuat ekosistem sertifikasi halal.

Dalam konteks ini, Generasi Z dapat meningkatkan kompetensinya dengan mengikuti pelatihan sertifikasi halal dan menjadi Pendamping Proses Produk Halal (PPH). Keterlibatan Generasi Z sebagai penyelia atau pendamping halal tidak hanya membantu UMKM memperoleh sertifikat, tetapi juga memastikan bahwa standar halal diterapkan secara konsisten dan berkelanjutan. Dengan demikian, peningkatan jumlah sertifikat halal pada UMKM dapat berjalan seiring dengan peningkatan kualitas dan integritas produk halal itu sendiri.

4. SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai peran Generasi Z dalam meningkatkan jumlah sertifikat halal pada UMKM di Indonesia, diperoleh temuan bahwa jumlah UMKM yang telah memiliki sertifikat halal masih relatif rendah, yaitu berada pada kisaran 4 juta UMKM. Angka tersebut belum sebanding dengan potensi UMKM di Indonesia yang mencapai sekitar 66 juta unit usaha. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara jumlah UMKM yang ada dengan yang telah tersertifikasi halal. Melihat fenomena tersebut, penelitian ini menawarkan solusi strategis melalui optimalisasi peran Generasi Z dalam mendorong peningkatan sertifikasi halal pada UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran dan strategi Generasi Z sangat relevan dan berpotensi memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan jumlah sertifikasi halal di Indonesia. Generasi Z tidak hanya dapat terlibat secara langsung sebagai Pendamping Proses Produk Halal (PPH), tetapi juga berperan sebagai informan dan agen edukasi yang menyebarkan informasi terkait pentingnya sertifikasi halal kepada pelaku UMKM. Dengan karakteristik yang adaptif terhadap teknologi, komunikatif, dan kolaboratif, Generasi Z memiliki kapasitas untuk menjadi katalisator dalam percepatan sertifikasi halal, sehingga dapat mendukung daya saing UMKM di tingkat nasional maupun global.

REFERENSI

- Andani, L., Fathoni, H., S Nurdiansyah, I. (2024). Optimization Of The Halal Industry Sector: The Potential Of Halal Media And Entertainment In Indonesia. *Finansha: Journal of Sharia Financial Management*, 5(1), 1–19.
- Cholid, F. (2024). *Pentingnya Sertifikasi Halal Bagi Produsen dan Konsumen*. Universitas Airlangga Pusat Halal.
- Hariani, D. (2023). Potensi dan Strategi Pengembangan UMKM Halal di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi MH Thamrin*, 4(1), 76–91.

- Heriani, F. N. (2024). *Kewajiban Sertifikasi Halal Bagi UMKM Ditunda Hingga 2026, Ini Alasannya*. Hukum Online.Com.
- Hifmi, N. (2022). *Produk Halal harus Sasar generasi Z*. Majalah Pajak.
- Indonesia, B. kementerian A. R. (2024). *Data Sertifikasi Halal di Indonesia*. Bpjp Kemnag.
- Janah, U. R. N., S Tampubolon, F. R. S. (2024). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pertumbuhan ekonomi: Analisis kontribusi sektor umkm terhadap pendapatan nasional di indonesia. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739–746.
- kadin indonesia. (2024). *data dan Statistik UMKM Indonesia*.
- Khaatimah, H., S Wibawa, R. (2017). EFEKTIVITAS MODEL PEMBELAJARAN COOPERATIVE INTEGRATED READING AND COMPOSITION TERHADAP HASIL BELAJAR. *Jurnal Teknologi Pendidikan*.
- Laka, L., Darmansyah, R., Judijanto, L., Lase, J. F., Haluti, F., Kuswanti, F., S Kalip, K. (2024). *Pendidikan karakter Gen Z di era digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi umkm terhadap pertumbuhan ekonomi era digitalisasi melalui peran pemerintah. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(2), 184–204.
- Pamuji, S. (2024). *Gelar Kampanye di 1.000 Titik, Kemenag Ingatkan Wajib Sertifikasi Halal pada 17 Oktober 2024*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Politeknik STIA LAN Jakarta. (2023). *Peran Gen Z dalam mendukung UMKM*. Lan RI Makarti Bhakti Nagara.
- Qomaruddin, Q., S Sa'diyah, H. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77–84.
- Ropikah, S., Mardiah, M., S Akil, S. (2021). Trend Konsumsi Produk Halal pada Generasi Z di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*.
- Samsiyah, R., Nazla, L., Nur'aini, S., Saqina, F. A., S Marlina, L. (2025). Analisis Peluang, Tantangan, dan Strategi Industri Halal di Indonesia. *Journal of Economics and Business*, 3(1), 88–95.
- Srikandi. (2024). *Peningkatan Kesadaran UMKM dalam Sertifikasi Halal Produk Makanan di Era Ekonomi Global melalui Potensi Industri Halal*. Kompasiana.
- Sujarweni, V. W. (2014). Metodologi penelitian. In *Yogyakarta: Pustaka Baru Perss* (Vol. 74).
- Yana. (2024). *Bukan Sekedar Izin, 3 Hal Ini Wajib Ada di Sertifikasi Halal*. LPPOM MUI.
- Zuhira, I. T., S Sulaiman. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Makanan dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening pada Generasi Z di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, V(1), 97–111.