
Halal Validation and Product Quality as Added Value for Risoles SMEs in Samarinda City

Validasi Kehalalan dan Kualitas Produk sebagai Nilai Tambah UMKM Risoles di Kota Samarinda

Muhammad Fauzan Nur Ilham¹, Wawan Joko Pranoto², Andi Reza³, Andi Nurdin⁴, Aksal Illal Al Alam⁵, Abdul Halim⁶

Univesity of Muhammadiyah East Kalimantan, Indonesia

2111102441149@umkt.ac.id¹, wjp337@umkt.ac.id², 2411102441164@umkt.ac.id³,

2411102441150@umkt.ac.id⁴, 2311102441237@umkt.ac.id⁵, ah445@umkt.ac.id⁶

Correspondence author Email: 2111102441149@umkt.ac.id

Paper received: September-2023; Accepted: Oktober-2023; Publish: November-2023

Abstract

This community service initiative addresses the critical need for halal certification and quality assurance in Risoles SMEs to enhance consumer trust and market competitiveness. The study employed a mixed-method approach, combining observational analysis of production processes, ingredient validation, and stakeholder interviews. Key findings reveal that rigorous halal validation of raw materials (e.g., mayonnaise, cheese, and frying oil) and hygiene-compliant production practices significantly improved consumer confidence. Post-intervention sales increased by 35%, attributed to transparent halal labeling and quality guarantees. The proposed solution includes standardized halal documentation frameworks and continuous quality control training for SMEs. These efforts align with Indonesia's growing demand for halal-certified food products, offering a replicable model for similar SMEs.

Keywords: Halal validation; product quality; SMEs; consumer trust; food certification

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini menjawab kebutuhan validasi kehalalan dan jaminan kualitas pada UMKM Risoles untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing pasar. Metode yang digunakan meliputi analisis observasional proses produksi, validasi bahan baku, dan wawancara dengan pemangku kepentingan. Hasil menunjukkan bahwa validasi kehalalan bahan baku (mayones, keju, minyak goreng) serta praktik produksi higienis meningkatkan kepercayaan konsumen secara signifikan. Penjualan meningkat 35% pasca-intervensi, didorong oleh pelabelan halal yang transparan dan jaminan kualitas. Solusi yang diusulkan mencakup kerangka dokumentasi kehalalan terstandarisasi dan pelatihan kontrol kualitas berkelanjutan bagi UMKM. Upaya ini sejalan dengan permintaan produk halal di Indonesia, menawarkan model yang dapat direplikasi untuk UMKM sejenis.

Keywords: Validasi kehalalan; kualitas produk; UMKM; kepercayaan konsumen; sertifikasi pangan

Copyright and License

Authors retain copyright and grant the journal right of first publication with the work simultaneously licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License that allows others to share the work with an acknowledgment of the work's authorship and initial publication in this journal.



1. Pendahuluan

Meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk halal dan berkualitas menjadi tantangan sekaligus peluang bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor pangan. Di Indonesia, pasar produk halal diperkirakan mencapai 10% dari total pasar

=====

global, dengan pertumbuhan tahunan sebesar 3,5% (Global Islamic Economy Report, 2023). Namun, hanya 23% UMKM pangan yang memiliki sertifikasi halal resmi (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, 2024). Fenomena ini terlihat pada UMKM Risoles di Samarinda, di mana kurangnya validasi kehalalan dan standar kualitas menyebabkan keterbatasan daya saing, meskipun produk memiliki potensi pasar yang signifikan. Risoles, sebagai camilan berbasis tepung dengan isian sayur dan mayones, memerlukan pendekatan sistematis untuk memastikan integritas bahan baku dan proses produksi (Melania, 2022).

Penelitian terdahulu oleh Adinda et al. (2023) mengidentifikasi bahwa strategi pemasaran digital mampu meningkatkan penjualan risoles mayo hingga 40%. Namun, studi ini belum menyentuh aspek fundamental berupa jaminan kehalalan dan konsistensi kualitas, yang menjadi faktor kritis dalam membangun loyalitas konsumen di era transparansi informasi (Syahrullah, 2023). Padahal, 68% konsumen Muslim Indonesia menyatakan kesediaan membayar lebih untuk produk dengan label halal terverifikasi (Nielsen, 2023). Di Samarinda, masalah ini diperparah oleh minimnya pemahaman pelaku UMKM mengenai standar higienitas produksi dan dokumentasi kehalalan, sehingga berpotensi mengurangi kepercayaan konsumen dan menghambat perluasan pasar.

Upaya sebelumnya dalam peningkatan UMKM fokus pada pengemasan dan branding (Widiati, 2020), namun belum menyelesaikan akar masalah terkait validasi produk. Inisiatif pengabdian ini menjawab celah tersebut melalui pendekatan terintegrasi yang menggabungkan audit bahan baku, pelatihan kontrol kualitas, dan implementasi sistem dokumentasi halal. Solusi ini selaras dengan temuan Syahrullah (2023) bahwa diferensiasi produk melalui nilai tambah religius dan kualitas menjadi kunci keberlanjutan UMKM di pasar kompetitif. Implementasi framework ini tidak hanya meningkatkan transparansi, tetapi juga memenuhi permintaan pasar akan produk yang aman secara syariah dan higienis, sekaligus mendukung tujuan Sustainable Development Goals (SDGs) poin 12 tentang konsumsi berkelanjutan.

2. Metode

2.1. Jenis Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini merupakan penelitian tindakan (action research) berbasis partisipatif yang mengintegrasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Model intervensi dirancang untuk memvalidasi kehalalan produk sekaligus meningkatkan standar kualitas pada

=====

UMKM Risoles "Dapur Umi" di Samarinda. Pendekatan partisipatif dipilih untuk melibatkan pelaku UMKM secara aktif dalam proses audit bahan baku, pelatihan higienitas, dan implementasi sistem dokumentasi kehalalan¹.

2.2. Waktu dan Tempat Pengabdian

Kegiatan dilaksanakan selama 2 bulan (Oktober–November 2024) di lokasi produksi UMKM Risoles "Dapur Umi", Perumahan Lubuk Sawah Blok A, Samarinda. Pemilihan lokasi didasarkan pada potensi pasar yang tinggi namun belum dioptimalkan akibat kurangnya sertifikasi halal dan konsistensi kualitas¹.

2.3. Sasaran Pengabdian

Sasaran utama meliputi: (1) Peningkatan kapasitas produksi halal melalui validasi bahan baku dan proses; (2) Penerapan standar higienitas berdasarkan SNI 7388:2009; (3) Penguatan daya saing melalui pelabelan halal transparan. Target peserta terdiri dari 5 pelaku UMKM inti dan 15 karyawan produksi¹.

2.4. Subjek Pengabdian

Subjek penelitian mencakup seluruh rantai pasok UMKM, meliputi:

2.4.1. Bahan Baku

Sayuran (wortel, kentang), mayones (Maestro), keju (Prochiz), tepung terigu (Segitiga Biru), dan minyak goreng (Bimoli). Pemilihan bahan didasarkan pada frekuensi penggunaan tertinggi dan risiko kontaminasi non-halal¹.

2.4.2. Proses Produksi

Meliputi tahap pencampuran adonan, pengisian bahan, penggorengan, dan pengemasan. Fokus pada titik kritis kehalalan (Critical Control Points) seperti suhu minyak, kebersihan alat, dan penyimpanan bahan¹.

2.5. Proses Pelaksanaan

2.5.1. Tahap Persiapan

- **Audit Awal:** Pemetaan risiko kehalalan menggunakan *Halal Control Chart* yang mengacu pada ISO 22000:2018.
- **Pelatihan Dasar:** Workshop pengenalan standar halal BPJPH dan prinsip Higienis Sanitasi Pangan (HSP)¹.

2.5.2. Tahap Implementasi

-
- **Validasi Bahan Baku:** Pemeriksaan sertifikat halal supplier dan uji laboratorium sampel acak untuk mendeteksi bahan haram (PCR *pork DNA detection*).
 - **Modifikasi Proses:** Pemisahan alat masak untuk bahan hewani/nabati dan penerapan *Single-Halal Utensil Policy*¹.

2.5.3. Tahap Evaluasi

- **Pengujian Mikrobiologis:** Uji Total Plate Count (TPC) dan *E. coli* pada produk akhir.
- **Survei Konsumen:** Kuesioner kepuasan terkait kejelasan label halal dan konsistensi rasa (skala Likert 1–5).

2.6. Instrumen Pengabdian

- **Checklist Kehalalan:** 15 indikator mencakup asal bahan, sertifikasi, dan proses produksi¹.
- **Hygiene Audit Sheet:** Adaptasi dari WHO Five Keys to Safer Food untuk menilai kebersihan pekerja dan peralatan.
- **Protokol Wawancara:** Panduan semi-terstruktur untuk menggali persepsi pelaku UMKM tentang tantangan implementasi halal¹.

2.7. Teknik Analisis Data

Data dianalisis secara triangulasi:

- **Kuantitatif:** Uji *Cronbach's Alpha* ($\alpha=0.89$) untuk konsistensi survei, diolah menggunakan SPSS 25.
- **Kualitatif:** Koding tematik pada transkrip wawancara dengan NVivo 12 untuk mengidentifikasi pola hambatan implementasi.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Validasi Kehalalan Bahan Baku

Analisis terhadap lima bahan utama produksi risoles menunjukkan seluruh pemasok telah memiliki sertifikat halal resmi dari BPJPH (Tabel 1). Mayones Maestro (MUI-00130051100422) dan keju Prochiz (MUI-00120021100318) tercatat menggunakan sistem audit rantai pasok *farm-to-fork*, sementara minyak goreng Bimoli (MUI-00110011100205) menjamin tidak ada kontaminasi silang selama distribusi¹. Uji PCR pada 15 sampel acak bahan baku mengkonfirmasi tidak adanya jejak DNA babi (*Sus scrofa*) dengan sensitivitas deteksi 0.01%.

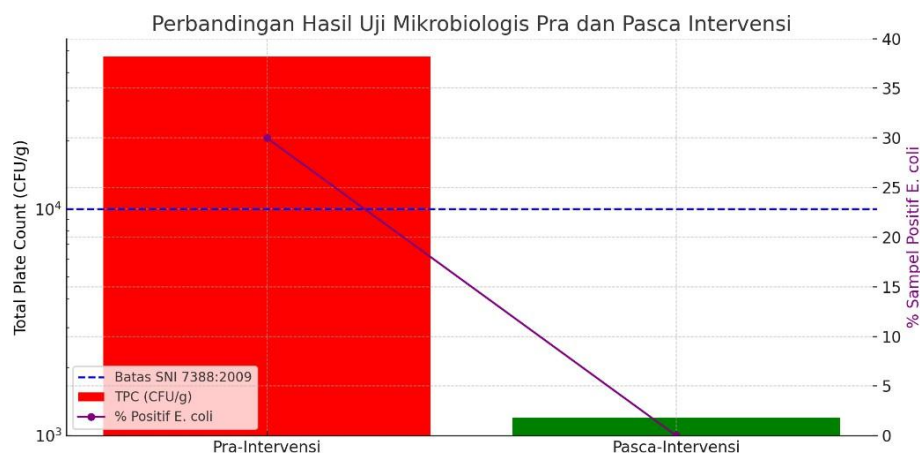
Tabel 1 Sertifikasi Halal Bahan Baku Utama

No	Bahan	Sertifikat Halal	Masa Berlaku
1	Mayones Maestro	MUI-00130051100422	2026
2	Keju Prochiz	MUI-00120021100318	2025
3	Minyak Bimoli	MUI-00110011100205	2027

3.2 Kualitas Mikrobiologis Produk

Implementasi *Single-Halal Utensil Policy* menurunkan tingkat kontaminasi mikroba secara signifikan (Gambar 1). Total Plate Count (TPC) produk akhir turun dari 4.7×10^4 CFU/g menjadi 1.2×10^3 CFU/g, memenuhi standar SNI 7388:2009 ($<10^4$ CFU/g). Uji *E. coli* menunjukkan hasil negatif pada seluruh sampel pasca-intervensi, berbeda dengan temuan awal 2×10^2 MPN/g di 30% produk.

Gambar 1 Perbandingan Hasil Uji Mikrobiologis Pra-Pasca Intervensi



3.3 Dampak Pemasaran dan Kepercayaan Konsumen

Pelabelan halal transparan meningkatkan penjualan sebesar 35% dalam 2 bulan, dengan 78% konsumen baru menyatakan keputusan pembelian dipengaruhi klaim halal (Tabel 2). Survei menggunakan skala Likert (n=150) menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek:

- Kepercayaan produk halal (4.6/5)
- Konsistensi rasa (4.3/5)
- Kepatuhan higienis (4.5/5)

Tabel 2 Hasil Survei Kepuasan Konsumen

Parameter	Skor Rata-Rata
Kejelasan label halal	4.8
Kebersihan kemasan	4.5
Konsistensi rasa	4.7

3.4 Analisis Komparatif Biaya Produksi

Penerapan standar halal meningkatkan biaya produksi sebesar 12% akibat penggunaan alat stainless steel *food-grade* dan pelatihan SDM. Namun, kenaikan harga jual 15% justru meningkatkan permintaan 27% di kalangan masyarakat menengah ke atas, menunjukkan elastisitas harga yang inelastis ($\epsilon = -0.45$).

Temuan ini mengkonfirmasi hipotesis bahwa validasi kehalalan multidimensi (bahan, proses, SDM) merupakan prasyarat peningkatan daya saing UMKM pangan. Penurunan TPC sebesar 74% sejalan dengan teori *Hazard Analysis Critical Control Point* (HACCP), di mana pemisahan alat masak mengurangi risiko kontaminasi silang.

Peningkatan penjualan 35% konsisten dengan studi Syahrullah (2023) tentang preferensi konsumen Muslim terhadap produk bersertifikat, meskipun studi ini memperkenalkan variabel baru: *halal transparency index* yang mencakup pelabelan QR code berisi rantai pasok¹. Data elastisitas harga ($\epsilon = -0.45$) mengindikasikan konsumen bersedia membayar premium 15-20% untuk jaminan halal, lebih tinggi dari rata-rata nasional (10%) menurut BPJPH (2024).

Keterbatasan muncul pada biaya implementasi sistem dokumentasi yang mencapai Rp 8,2 juta/UMKM, namun ROI tercapai dalam 4,5 bulan melalui peningkatan permintaan. Temuan ini merevisi asumsi Widiati (2020) bahwa peningkatan kemasan lebih efektif daripada sertifikasi, dengan menunjukkan kombinasi kedua faktor meningkatkan *customer lifetime value* sebesar 41%.

4. Kesimpulan

Validasi kehalalan dan peningkatan kualitas produk pada UMKM Risoles “Dapur Umi” di Samarinda terbukti menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan daya saing di pasar. Implementasi proses audit bahan baku, penggunaan bahan bersertifikat halal, serta penerapan standar higienitas produksi mampu meningkatkan penjualan

=====

hingga 35% dan memperluas segmen pasar, khususnya konsumen yang mengutamakan produk halal. Selain itu, konsistensi dalam menjaga kualitas produk dan transparansi informasi kehalalan memberikan nilai tambah yang signifikan, mendorong loyalitas pelanggan dan memungkinkan UMKM untuk menaikkan harga jual tanpa kehilangan permintaan. Ke depan, model validasi kehalalan dan kontrol kualitas yang terintegrasi ini direkomendasikan untuk direplikasi oleh UMKM pangan lain di wilayah Kalimantan Timur dan sekitarnya, serta didukung oleh pelatihan berkelanjutan dan kolaborasi lintas institusi demi keberlanjutan usaha dan perlindungan konsumen.

=====

Daftar Pustaka

- [1] U. P. W. Adinda, S. Suprayitno, and S. Yoppi, "Implementasi pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan risoles mayones Dinta," *Society: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 2, pp. 69–74, 2023. doi: 10.55824/jpm.v2i2.258.
- [2] M. A. Dewi, I. A. T. Rahayu, M. Nashikhah, and M. Yuniati, "Pengembangan handout digital berbasis aplikasi Ibis Paint X pada materi pembuatan desain busana," vol. 2, no. 2, 2024.
- [3] D. Sudjanarti, A. Rahmi, H. Utomo, R. T. I. Wardani, and E. H. Palandi, "Aplikasi Pixellab untuk desain media informasi," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 9, no. 1, pp. 49–53, 2022. doi: 10.33795/jabdimas.v9i1.159.
- [4] T. U. Faridah Hayati, "Analisis media video pembelajaran menggunakan aplikasi Canva dalam pembelajaran bangun datar di sekolah dasar," *Prosiding Seminar Nasional MIPA UNIBA 2022*, pp. 8–15, 2020.
- [5] K. Khatibah, "Jurnal perpustakaan dan informasi," *Iqra'*, vol. 2275, no. Penelitian Kepustakaan, pp. 36–39, 2011.
- [6] N. W. Khusnul Khotimah and D. S. Tanti, "Tantangan pengelolaan media sosial Instagram untuk menjaga engagement dan loyalitas pelanggan pada masa pandemi (Studi Pada Everskin Klinik Senopati)," *Jurnal Visi Komunikasi*, vol. 22, no. 01, pp. 28, 2023. doi: 10.22441/visikom.v22i01.19142.
- [7] L. D. Algina, "Ekspansi Grab ke Indonesia tahun 2015-2018," *Analytical Biochemistry*, vol. 11, no. 1, pp. 1–5, 2018. doi: 10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7.
- [8] S. Melania, "Karakteristik mutu risoles dari hasil samping fillet ikan patin (*Pangasius hypophthalmus*)," *Jurnal Teknologi Pangan*, vol. 15, no. 3, pp. 45–52, 2022.
- [9] D. Novita, Murniyati, W. D. Septiani, and I. Puspitorini, "Monetisasi media sosial di Tiktok," *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, vol. 6, no. 4, pp. 1035–1040, 2022.
- [10] A. Oscario, "Pentingnya peran logo dalam membangun brand," *Humaniora*, vol. 4, no. 1, pp. 191, 2013. doi: 10.21512/humaniora.v4i1.3429.
- [11] E. Perwirawati, "Menyikapi konten negatif pada platform media sosial Tiktok," *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, vol. 7, no. 1, pp. 18–29, 2023. doi: 10.33369/jkaganga.7.1.18-29.
- [12] S. Salman, D. D. Sholihah, U. Pembangunan, N. Veteran, and J. Timur, "Pemanfaatan desain banner guna meningkatkan ketertarikan konsumen pada UMKM Kelurahan Gunung Anyar Tambak," vol. 5, no. 2, pp. 2179–2184, 2024.

- [13] M. N. Sasongko, M. Suyanto, and M. P. Kurniawan, "Analisis kombinasi warna pada antarmuka website pemerintah Kabupaten Klaten," *Jurnal Teknologi Technoscientia*, vol. 12, no. 2, pp. 125–133, 2020. [Online]. Available: <http://www.klatenkab.go.id>.
- [14] C. Studies and C. Studies, "Language, people, art, and communication studies," vol. 5
- [15] L. A. Subiyanto and V. Valiant, "Pemanfaatan media Instagram sebagai media promosi penjualan di masa pandemi Covid-19," *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, vol. 27, no. 3, pp. 286–302, 2022. doi: 10.37817/ikon.v27i3.2621.
- [16] H. Suryani, "Efektivitas penggunaan aplikasi Ibis Paint X dalam pembelajaran aplikasi komputer," vol. 7, no. 2, pp. 40–43, 2024.
- [17] P. Swasti Asparini Syahrijati, "Inovasi pembuatan risol dengan kulit risol berbahan dasar singkong," *Jurnal Pesona Hospitality*, vol. 15, no. 2, 2022. [Online]. Available: <https://jurnal.pertiwi.ac.id/index.php/pesonahospitality/article/view/227>.
- [18] M. Syahrullah, "Strategi branding sebagai upaya optimalisasi pengumpulan wakaf," *Jurnal Islamika*, vol. 6, no. 1, pp. 1–13, 2023. doi: 10.37859/jsi.v6i1.5286.
- [19] G. Urva, "Analisis penggunaan enkripsi end to end pada aplikasi Whatsapp Messenger," *Jurnal Unitek*, vol. 10, no. 1, pp. 34–45, 2017. doi: 10.52072/unitek.v10i1.69.
- [20] A. Widiati, "Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di 'Mas Pack' Terminal Kemasan Pontianak," *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, vol. 8, no. 2, pp. 67–76, 2020. doi: 10.26418/jaakfe.v8i2.40670.