

STRATEGI PENGUATAN DAYA SAING UMKM PEMPEK IKAN PAJOAN PALEMBANG 'BEGUYUR BAE' MELALUI SERTIFIKAT HALAL, INOVASI DESAIN PRODUK, DAN DIGITAL MARKETING

Ranti Septiana Ningsih¹

Priska Septiana²

Sefni Yudiantri³

Elza Rahma Dania⁴

Ulan Paramita⁵

Suci Memi Wahyu Intan⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

*e-mail: rantisn2509@gmail.com¹, priskaseptiana06@gmail.com²,
sefniyudiantri18@gmail.com³, elzarahmandania@gmail.com⁴,
ulanparamita19@gmail.com⁵,sucimemiwip@gmail.com⁶

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM Pempek Ikan Pajoan Palembang 'Beguyur Bae' merupakan salah satu pelaku usaha yang memiliki potensi besar namun masih menghadapi tantangan dalam daya saing, terutama dalam penetrasi pasar yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi penguatan daya saing melalui tiga pendekatan utama: sertifikasi halal, inovasi desain produk, dan digital marketing. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi kasus UMKM Pempek Pajoan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen, inovasi desain memperkuat daya tarik visual dan fungsional produk, sementara digital marketing memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Rekomendasi penelitian ini menekankan pada integrasi ketiga strategi sebagai model pengembangan berkelanjutan bagi UMKM lokal.

Kata Kunci: UMKM, Pempek, Sertifikasi Halal, Inovasi Produk, Digital Marketing, Palembang

Abstrak

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have a strategic role in supporting national economic growth. MSME Pempek Ikan Pajoan Palembang 'Beguyur Bae' is one of the business actors that has great potential but still faces challenges in competitiveness, especially in wider market penetration. This study aims to formulate a strategy to strengthen competitiveness through three main approaches: halal certification, product design innovation, and digital marketing. The methodology used is a qualitative descriptive approach with a case study of MSME Pempek Pajoan. The results of the study indicate that halal certification increases consumer trust, design innovation strengthens the visual and functional appeal of the product, while digital marketing significantly expands market reach. The recommendation of this study emphasizes the third integration strategy as a sustainable development model for local MSMEs.

Keywords: MSMEs, Pempek, Halal Certification, Product Innovation, Digital Marketing, Palembang

A. Pendahuluan

UMKM merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia, menyumbang lebih dari 60% PDB dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja (Kemenkop UKM, 2023). Di Palembang, salah satu produk kuliner khas yang populer adalah pempek. UMKM Pempek Ikan Pajoan 'Beguyur Bae' memiliki potensi produk yang unggul namun perlu diperkuat dari sisi daya saing agar mampu bersaing di pasar nasional dan internasional. Tantangan utama UMKM ini meliputi

keterbatasan akses pasar, belum adanya sertifikasi halal resmi, dan keterbatasan pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, penguatan daya saing perlu dilakukan melalui strategi yang komprehensif dan berkelanjutan.

Salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi besar namun masih menghadapi tantangan dalam penguatan daya saing adalah usaha kuliner lokal, termasuk pempek, makanan khas Palembang yang sudah dikenal luas secara nasional. Pempek Ikan Pajoan Palembang ‘Beguyur Bae’ merupakan salah satu pelaku UMKM di bidang ini yang memiliki keunikan rasa dan kualitas produk, namun menghadapi kendala dalam hal ekspansi pasar, standarisasi mutu, dan strategi pemasaran modern. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM ini mencakup belum dimilikinya sertifikasi halal, terbatasnya inovasi dalam desain produk dan kemasan, serta kurang optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Ketiga aspek ini krusial dalam membentuk persepsi dan kepercayaan konsumen, terutama di era konsumen yang semakin kritis dan digital-savvy.

Sertifikat halal tidak hanya menjadi standar keagamaan, tetapi juga simbol jaminan mutu dan kebersihan produk, yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di Indonesia maupun pasar internasional. Sementara itu, inovasi desain produk—termasuk kemasan yang menarik, informatif, dan ramah lingkungan—dapat menjadi nilai tambah yang membedakan produk dari kompetitor. Di sisi lain, digital marketing merupakan sarana yang efektif dan efisien untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan membangun branding secara berkelanjutan.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi penguatan daya saing UMKM Pempek Ikan Pajoan Palembang ‘Beguyur Bae’ melalui integrasi sertifikasi halal, inovasi desain produk, dan digital marketing sebagai pendekatan holistik untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha di era modern.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran sertifikasi halal dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing UMKM Pempek Ikan Pajoan Palembang 'Beguyur Bae'?
2. Bagaimana inovasi desain produk dapat meningkatkan nilai tambah dan daya tarik produk Pempek Ikan Pajoan di pasar lokal dan nasional?
3. Bagaimana strategi digital marketing dapat dioptimalkan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan UMKM Pempek Ikan Pajoan?
4. Apa saja kendala yang dihadapi UMKM dalam menerapkan ketiga strategi tersebut, dan bagaimana solusi yang dapat diterapkan secara berkelanjutan?

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara mendalam kondisi dan strategi yang diterapkan oleh UMKM Pempek Ikan Pajoan Palembang 'Beguyur Bae' dalam upaya meningkatkan daya saing melalui sertifikasi halal, inovasi desain produk, dan digital marketing. Data dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu wawancara mendalam dengan pemilik UMKM, staf produksi, serta konsumen untuk memperoleh pemahaman tentang kondisi usaha dan persepsi konsumen terhadap produk, observasi langsung terhadap proses produksi, pengemasan, dan aktivitas pemasaran digital. Dan dokumentasi atas data internal UMKM. Data dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif model Miles dan Huberman, yang mencakup tiga tahap yaitu menyaring data mentah menjadi informasi yang relevan dengan fokus penelitian, menyusun data dalam bentuk narasi, tabel, dan diagram agar mudah dipahami dan penarikan kesimpulan.

D. Hasil dan Pembahasan

1. Peran Sertifikat Halal Meningkatkan Kepercayaan Konsumen dan Daya Saing UMKM Pempek Ikan Pajoan Palembang 'Beguyur Bae'

Sertifikasi halal memainkan peran strategis dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), termasuk UMKM Pempek Ikan Pajoan Palembang "Beguyur Bae". Dalam konteks produk makanan khas seperti pempek, sertifikasi halal tidak hanya menjadi jaminan kehalalan bahan dan proses produksi, tetapi juga menjadi nilai tambah yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama di pasar domestik yang mayoritas penduduknya beragama Islam.



REPUBLIK INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)
جمهورية إندونيسيا
SERTIFIKAT HALAL
(HALAL CERTIFICATE)
شهادة الحلال

Nomor Sertifikat
Certificate Number

ID17410022029610525

رقم الشهادة

Berdasarkan keputusan komite fatwa produk halal nomor :
Based on the decree by stipulating halal products of fatwa committee :
على قرار مجلس الفتوى لوزارة الشؤون الدينية لجمهورية إندونيسيا.
KF-SD-202505089898 Tanggal 07 Mei 2025

Jenis Produk
Type of Product

Ikan dan produk perikanan, termasuk moluska, krustasea, dan ekodermata dengan pengolahan dan penambahan bahan tambahan pangan

نوع المنتج

Nama Produk
Name of Product

-Telamper / As Attached-

اسم المنتج

Nama Pelaku Usaha
Name of Company

ANGGUN ANU PURMATA

اسم الشركة

Alamat Pelaku Usaha
Company's Address

TALANG PANJANG Rt. Talo, SELUMA, BENGKULU, - INDONESIA

عنوان الشركة

Diterbitkan di Jakarta pada
Issued in Jakarta on

07 Mei 2025

أصدرت الشهادة بـجكرتا في

telah memenuhi ketentuan perundang-undangan
Has complied with the provision of laws and regulations
قد استوفت الحكم الشرعي

KEPALA
BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL
HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY
رئيس وكالة ضمان المنتجات الحلال



Ahmad Haikal Hasan

Dokumen ini telah dibanderol secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Badan Sertifikasi Elektronik, EESN





REPUBLIK INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)
جمهورية إندونيسيا
LAMPIRAN SERTIFIKAT HALAL
(HALAL CERTIFICATE)
شهادة الحلال

Nomor Sertifikat
Certificate Number

ID17410022029610525

رقم الشهادة

Nama Pelaku Usaha
Name of Company

ANGGUN ANU PURMATA

اسم الشركة

Jenis Produk
Type Product

Ikan dan produk perikanan, termasuk moluska, krustasea, dan ekodermata dengan pengolahan dan penambahan bahan tambahan pangan

نوع المنتج

Alamat Pabrik
Factory's Address

Jl. Bumi Ayu Depan Gang Metal Bengkulu

عنوان المصنع

Daftar Produk / Product Name

No	Nama Produk / Product Name
1	Pempek Palembang "Pajon Palembang Beguyur Bae"

Hal 1 / Total Produk: 1

Diterbitkan di Jakarta pada
Issued in Jakarta on

07 Mei 2025

أصدرت الشهادة بـجكرتا في

KEPALA
BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL
HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY
رئيس وكالة ضمان المنتجات الحلال



Ahmad Haikal Hasan

Dokumen ini telah dibanderol secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Badan Sertifikasi Elektronik, EESN



- Dengan adanya sertifikat halal, produk pempek "Beguyur Bae" memiliki posisi tawar yang lebih kuat untuk menembus pasar yang lebih luas, termasuk potensi ekspor ke negara-negara dengan populasi Muslim besar. Sertifikasi ini juga menunjukkan komitmen pelaku UMKM terhadap standar mutu dan keamanan pangan yang sesuai dengan syariat Islam, sehingga menciptakan citra positif dan loyalitas konsumen. Selain itu, sertifikasi halal dapat membantu UMKM dalam menjalin kemitraan dengan jaringan distribusi yang mensyaratkan kehalalan produk, seperti supermarket besar, toko oleh-oleh, atau platform e-commerce. Oleh karena itu, sertifikasi halal menjadi instrumen penting dalam mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM, khususnya dalam industri makanan tradisional seperti pempek di Palembang.
2. Inovasi Desain Produk Dapat Meningkatkan Nilai Tambah dan Daya Tarik Produk Pempek Ikan Pajoan

Inovasi desain produk memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai tambah dan daya tarik produk Pempek Ikan Pajoan, terutama dalam menghadapi persaingan di pasar lokal maupun nasional. Inovasi dalam desain tidak hanya mencakup tampilan visual kemasan yang menarik, tetapi juga mencerminkan identitas merek dan kualitas produk. Desain kemasan yang

modern, informatif, dan higienis dapat menciptakan persepsi positif di mata konsumen, sehingga mendorong keputusan pembelian. Di pasar lokal, desain yang menarik dapat membedakan produk Pempek Ikan Pajoan dari produk sejenis lainnya, sementara di pasar nasional, inovasi desain menjadi strategi penting untuk menyesuaikan preferensi konsumen yang lebih beragam. Misalnya, penggunaan kemasan praktis yang ramah lingkungan, informasi nutrisi yang jelas, serta elemen khas budaya Palembang seperti motif songket pada kemasan, dapat memperkuat daya tarik emosional konsumen sekaligus mempromosikan kearifan lokal. Dengan demikian, inovasi desain tidak hanya meningkatkan estetika dan fungsionalitas produk, tetapi juga memberikan nilai tambah yang berdampak langsung pada peningkatan daya saing dan perluasan pangsa pasar Pempek Ikan Pajoan "Beguyur Bae".



Desain kemasan yang menarik baik dari sisi warna, bentuk, hingga pemilihan material dapat meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap kualitas produk. Kemasan dengan desain yang modern, bersih, dan informatif dapat menarik perhatian konsumen, terutama saat produk bersaing di etalase toko atau dipasarkan secara online. Warna yang kontras, logo yang jelas, serta gambar produk yang menggugah selera dapat meningkatkan kemungkinan produk dipilih oleh konsumen. Keputusan pembelian konsumen seringkali dipengaruhi oleh kemasan karena itu adalah kontak visual pertama dengan produk.

3. Strategi Digital Marketing Untuk Memperluas Jangkauan Pasar dan Meningkatkan Penjualan UMKM Pempek Ikan Pajoan “Beguyur Bae”

Strategi digital marketing dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan UMKM Pempek Ikan Pajoan, khususnya dalam era digital yang semakin berkembang. Melalui pemanfaatan berbagai platform digital seperti media sosial (Instagram, Facebook, TikTok), marketplace (Shopee, Tokopedia), serta website dan layanan Google Bisnisku, UMKM dapat menjangkau konsumen lebih luas tanpa batas geografis. Konten visual seperti foto dan video proses pembuatan, testimoni pelanggan, serta cerita unik tentang asal-usul produk dapat meningkatkan engagement dan kepercayaan konsumen.



Lampiran foto pamflet Pempek Ikan Pajoan "Beguyur Bae" berfungsi sebagai alat promosi visual yang efektif untuk menarik perhatian konsumen dan memperkenalkan produk secara luas. Pamflet ini biasanya dirancang dengan elemen desain yang mencerminkan identitas merek, seperti penggunaan warna khas, logo, dan gambar produk yang menggugah selera. Informasi yang disajikan dalam pamflet, seperti jenis pempek yang ditawarkan, harga, lokasi penjualan, dan cara pemesanan, memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengenal dan mengakses produk. Dengan distribusi yang tepat melalui media cetak maupun digital, pamflet dapat menjangkau berbagai segmen pasar, baik lokal maupun nasional, sehingga berkontribusi pada peningkatan penjualan dan perluasan jangkauan pasar UMKM Pempek Ikan Pajoan "Beguyur Bae".

Salah satu strategi utama adalah optimasi media sosial, dengan menyajikan konten yang menarik, interaktif, dan konsisten misalnya melalui kampanye "behind the scene" pembuatan pempek, kuis, giveaway, atau live cooking demo. Selain itu, iklan digital berbayar (seperti Facebook Ads dan Google Ads) dapat membantu menargetkan segmen pasar tertentu secara lebih tepat, baik berdasarkan lokasi, usia, hingga minat konsumen.

Strategi lainnya adalah memanfaatkan Search Engine Optimization (SEO) pada website UMKM agar produk Pempek Ikan Pajoan lebih mudah ditemukan di Google saat konsumen mencari oleh-oleh khas Palembang atau makanan tradisional. Di samping itu, kolaborasi dengan influencer lokal atau food vlogger juga dapat membantu meningkatkan eksposur dan daya tarik produk secara cepat. Dengan menggabungkan strategi digital marketing ini secara terencana dan berkelanjutan, UMKM Pempek Ikan Pajoan tidak hanya dapat memperluas jangkauan pasar dari lokal ke nasional, tetapi juga meningkatkan penjualan melalui penguatan merek, relasi dengan konsumen, dan kemudahan akses pembelian secara online.

4. Kendala

UMKM seperti Pempek Ikan Pajoan "*Beguyur Bae*" sering menghadapi berbagai kendala dalam menerapkan **strategi sertifikasi halal, inovasi desain produk, dan digital marketing** secara efektif. Ada beberapa yang mungkin menjadi kendala dan solusi berkelanjutan yang dapat diterapkan:

a) Kendala dalam Sertifikasi Halal

Kendala dalam sertifikasi halal yang dihadapi oleh UMKM Pempek Ikan Beguyur Bae umumnya berkaitan dengan keterbatasan pemahaman, biaya, dan proses administrasi. Banyak pelaku usaha kecil belum sepenuhnya memahami prosedur dan persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh sertifikat halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Hal ini menyebabkan mereka ragu atau bahkan enggan mengajukan sertifikasi karena menganggapnya rumit dan memakan waktu. Selain itu, biaya pengurusan sertifikasi, meskipun ada program subsidi dari pemerintah, masih dianggap memberatkan oleh sebagian pelaku UMKM yang memiliki modal terbatas. Proses dokumentasi, audit halal, dan pelaporan juga menjadi tantangan karena membutuhkan keterampilan administratif yang tidak semua pelaku usaha miliki. Akibatnya, meskipun penting untuk meningkatkan daya saing dan kepercayaan konsumen, banyak UMKM seperti Pempek Ikan Beguyur Bae yang belum memprioritaskan sertifikasi halal dalam pengembangan usahanya.

Sebagai solusi berkelanjutan, UMKM seperti Pempek Ikan Beguyur Bae dapat mengikuti pelatihan atau sosialisasi sertifikasi halal yang diselenggarakan oleh dinas koperasi, BPJPH, atau lembaga pendamping UMKM. Selain itu, pemerintah dan lembaga keuangan perlu memperluas akses program subsidi dan bantuan biaya sertifikasi halal bagi UMKM, agar lebih terjangkau. Pelaku UMKM juga dapat membentuk kelompok usaha atau koperasi untuk mengajukan sertifikasi secara kolektif, sehingga biaya dan proses dapat ditekan secara efisien. Tak kalah penting, pendampingan teknis dari konsultan halal atau akademisi lokal juga dapat mempercepat proses dan meningkatkan kesiapan UMKM dalam memenuhi standar.

b) Kendala dalam Inovasi Desain Produk

Kendala yang sering dihadapi oleh UMKM Pempek Ikan Beguyur Bae dalam melakukan inovasi desain produk terutama berkaitan dengan keterbatasan sumber daya dan pengetahuan desain yang memadai. Banyak pelaku usaha masih mengandalkan desain kemasan yang

sederhana dan kurang menarik, karena minimnya akses kepada tenaga ahli desain grafis atau keterbatasan biaya untuk mempekerjakan profesional di bidang ini. Selain itu, kurangnya wawasan tentang tren pasar dan preferensi konsumen modern membuat inovasi desain produk menjadi terbatas dan kurang responsif terhadap kebutuhan pasar yang terus berkembang. Hal ini menyebabkan produk pempek sulit untuk bersaing secara visual dengan produk sejenis yang sudah mengadopsi desain kemasan yang lebih menarik dan fungsional. Kendala lainnya adalah biaya produksi kemasan inovatif yang lebih tinggi, yang dapat memberatkan UMKM dengan modal terbatas. Akibatnya, inovasi desain produk yang berperan penting dalam meningkatkan nilai tambah dan daya tarik produk sering kali terabaikan.

Solusi untuk mengatasi kendala ini adalah dengan memanfaatkan sumber daya lokal seperti menjalin kerja sama dengan mahasiswa desain grafis atau lembaga pendidikan yang dapat membantu pembuatan desain dengan biaya terjangkau atau bahkan secara gratis sebagai bagian dari program magang atau proyek kolaborasi. UMKM juga bisa memanfaatkan platform desain online gratis seperti Canva untuk membuat desain kemasan yang menarik tanpa harus memiliki keahlian khusus. Selain itu, pelatihan dan workshop tentang tren desain dan pemasaran produk dapat diberikan oleh dinas koperasi atau lembaga pendamping UMKM untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku usaha. Untuk mengatasi kendala biaya, UMKM dapat memulai dengan desain kemasan sederhana yang fungsional dan secara bertahap berinovasi seiring peningkatan omset dan modal usaha. Dengan cara ini, inovasi desain produk dapat berjalan secara berkelanjutan dan memberikan nilai tambah bagi produk Pempek Ikan Beguyur Bae.

c) Kendala dalam Digital Marketing

Kendala yang dihadapi UMKM Pempek Ikan Beguyur Bae dalam menerapkan digital marketing sering kali berkaitan dengan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan teknis dalam mengelola platform digital. Banyak pelaku usaha tradisional belum familiar dengan cara menggunakan media sosial secara efektif, membuat konten menarik, atau

memanfaatkan fitur-fitur iklan berbayar untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia yang khusus menangani pemasaran digital menyebabkan pengelolaan akun media sosial atau toko online menjadi kurang optimal dan tidak konsisten, sehingga potensi penjualan melalui kanal digital tidak maksimal. Kendala lain adalah kesulitan dalam membangun dan mempertahankan engagement dengan konsumen secara online, karena kurangnya strategi komunikasi dan interaksi yang tepat. Tidak kalah penting, keterbatasan akses terhadap perangkat teknologi yang memadai dan jaringan internet juga dapat menghambat proses pemasaran digital, terutama di daerah dengan infrastruktur digital yang belum optimal.

Untuk mengatasi kendala tersebut secara berkelanjutan, UMKM Pempek Ikan Beguyur Bae dapat mengikuti pelatihan dan workshop digital marketing yang diselenggarakan oleh pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, atau platform e-commerce yang sering memberikan pelatihan gratis untuk UMKM. Pelaku usaha juga dapat menggandeng generasi muda atau freelancer lokal yang memiliki kemampuan digital untuk membantu mengelola konten dan pemasaran online. Penggunaan alat digital yang mudah dan gratis seperti WhatsApp Business, Instagram, dan Facebook dapat menjadi langkah awal untuk memperkenalkan produk secara digital. Selain itu, membangun komunitas pelanggan yang aktif di media sosial dapat meningkatkan loyalitas dan word-of-mouth marketing. Dengan pendekatan yang terstruktur dan dukungan yang tepat, kendala digital marketing ini dapat diminimalkan sehingga penjualan Pempek Ikan Beguyur Bae melalui kanal digital dapat berkembang secara signifikan.

E. Kesimpulan

Kesimpulan strategi penguatan daya saing UMKM Pempek Ikan Pajoan 'Beguyur Bae' adalah bahwa keberhasilan dalam menghadapi persaingan pasar membutuhkan pendekatan yang terpadu dan berkelanjutan. Pertama, penerapan sertifikasi halal sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen serta membuka peluang pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Kedua, inovasi desain produk, khususnya kemasan yang menarik dan

fungsional, dapat memberikan nilai tambah sekaligus memperkuat citra merek di mata konsumen. Ketiga, optimalisasi strategi digital marketing memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas secara efisien dengan biaya yang relatif terjangkau, serta membangun interaksi yang lebih baik dengan pelanggan. Meskipun ketiga strategi ini menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan sumber daya, pengetahuan, dan biaya, solusi berupa pelatihan, pendampingan, kerja sama dengan pihak terkait, serta pemanfaatan teknologi yang mudah diakses dapat membantu mengatasi hambatan tersebut. Dengan komitmen yang kuat dan dukungan ekosistem yang memadai, UMKM Pempek Ikan Pajoan 'Beguyur Bae' dapat meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, dan mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Arsil, P., et al. (2023). *Penerapan Sistem Jaminan Produk Halal pada UMKM Olahan Ikan*. Jurnal Al-Khidmat, 6(2), 150–158.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2023). *Peran Sertifikasi Halal dalam Mendorong Daya Saing UMKM*. Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Febripratama, D., et al. (2023). *Digitalisasi UMKM Kerupuk Ikan Palembang melalui Inovasi dan E-commerce*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(3), 72–81.
- Kemenkop UKM. (2023). *Laporan Tahunan Perkembangan UMKM di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2022). *Strategi Penguatan UMKM Melalui Sertifikasi Halal*. Jakarta.
- Nurhayati, T., & Hendar, H. (2020). *Halal Certification and its Impact on Micro and Small Business Performance*. Journal of Islamic Marketing, 11(5), 1147–1163. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2019-0016>
- Romi, S., et al. (2024). Implementasi proses sertifikasi halal self declare dalam mendukung pertumbuhan UMKM. <https://riset.unisma.ac.id/index.php/IP2M/issue/view/720>
- Setiawan, Romi. (2023). Avoidance of Riba-Based Loans and Enhancement of Quality of Life: An Indonesian Context Analysis. Journal of Religions, 14(11).
- Setiawan, Romi. (2023). Impact of Islamic Jurisprudential on Traditional Financial Customs and Legal Integration in Indonesia. Journal of Islamic Thought and Civilization 13(2).
- Wijaya, D. A., et al. (2024). *Strategi Digital Marketing Produk Lokal Melalui Instagram Marketing*. Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama dan Sosial Budaya, 9(1), 45–56.