

EFEKTIVITAS SERTIFIKAT P-IRT DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA PRODUK UMKM DI MARTAJASAH UNTUK MEMPERLUAS PEREDARAN PASAR

¹Hikmatus Sakinah, ²Ruski

¹²STKIP PGRI Bangkalan

sakinahhikmah40@gmail.com, ruski@stkippgri-bkl.ac.id

ABSTRACT

The business world is now starting to compete globally to gain customer satisfaction. Seeing the current developments, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are a form of productive business owned by individuals or business entities engaged in the scope of trading activities that have different characteristics. This study aims to analyze the effectiveness of the Household Industry Food Certificate (P-IRT) in increasing consumer confidence and its role in expanding market circulation. The methodology used is a qualitative descriptive approach with data collection techniques through interviews, observations, and documentation of MSME actors and local consumers. In conclusion, the P-IRT Certificate is said to be effective in increasing the competitiveness of MSME products in local and regional markets. However, the uniqueness of taste is also a consideration for consumers to buy products besides paying attention to products labeled P-IRT.

Keywords : P-IRT Certificate, Consumer Trust, Market Circulation, Martajasah

ABSTRAK

Dunia bisnis saat ini mulai bersaing secara global untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Melihat perkembangan zaman saat ini, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah suatu bentuk usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang bergerak dalam ruang lingkup kegiatan perdagangan yang memiliki ciri atau karakteristik yang berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) dalam meningkatkan kepercayaan konsumen serta perannya dalam memperluas peredaran pasar. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi pada pelaku UMKM dan konsumen lokal. Kesimpulannya, Sertifikat P-IRT dikatakan efektif untuk meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar lokal maupun regional. Namun keunikan rasa juga menjadi pertimbangan bagi para konsumen untuk membeli produk selain memperhatikan produk berlabel P-IRT.

Kata kunci : Sertifikat P-IRT, Kepercayaan Konsumen, Peredaran Pasar, Martajasah

PENDAHULUAN

Melihat perkembangan zaman saat ini, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro (Ratnasari et al., 2023) Berdasarkan Peraturan Pemerintah yang diatur dalam Undang-Undang No.20 Tahun 2008 UMKM merupakan salah satu kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan menjadi salah satu penyumbang terbesar unit usaha di Indonesia. Selain itu, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai unit bisnis, tetapi juga sebagai motor utama dalam membangun ekosistem bisnis yang berkelanjutan (Lena Nuryanti Sastradinata, 2024). Dunia bisnis saat ini mulai bersaing secara global untuk mendapatkan kepuasan pelanggan, dilihat dari usaha yang semakin menggeliat akan membuat produsen bersaing untuk membuat berbagai inovasi produk, mulai dari bentuk, rasa, kemasan hingga harga jual. Semua inovasi produk yang dilakukan semata-mata demi memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen. Akan tetapi, sudah amankah produk yang tercipta jika tidak dilihat legalitas keamanannya. Agar

konsumen tidak merasa ditipu, konsumen perlu mengenal yang namanya Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT). Pangan Industri Rumah Tangga atau yang disingkat sebagai P-IRT, adalah sertifikat bagi industri yang memproduksi makanan dan minuman dengan skala rumahan (Dewi Rahmawati et al., 2024).

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, sertifikat memiliki peran yang sangat penting. Pangan Industri Rumah Tangga atau yang disingkat sebagai P-IRT, adalah sertifikat bagi industri yang memproduksi makanan dan minuman dengan skala rumahan (Dewi Rahmawati et al., 2024). Sertifikat dalam dunia bisnis merupakan sebuah pengakuan formal yang diberikan oleh pihak ketiga independen kepada suatu produk, proses, sistem, atau individu yang telah memenuhi persyaratan tertentu. Persyaratan ini biasanya berupa standar yang telah ditetapkan, baik itu standar nasional maupun internasional. Sertifikat ini layaknya sebuah "cap kualitas" yang menjamin bahwa produk atau jasa tersebut telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Dengan memiliki sertifikat, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan kualitas produk atau jasanya, tetapi juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, membuka peluang bisnis baru, peningkatan citra merk, dan membangun reputasi yang baik.

Berdasarkan manfaat yang diterima dalam proses sertifikat izin edar dalam dunia bisnis salah satunya yaitu dapat meningkatkan kepercayaan konsumen bahwasanya Kepercayaan konsumen tidak dapat diperoleh dalam waktu singkat. Kepercayaan konsumen perlu diciptakan, dibangun hingga dipelihara oleh pelaku usaha. Dengan demikian, produk yang dihasilkan pelaku usaha dapat senantiasa eksisi dan berkembang (Norma Epriliyana, 2019). salah satu upaya membangun kepercayaan konsumen dapat dibuktikan dengan Ijin Edar. Sesuai dengan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) No. 12/2016 yaitu "Setiap Pangan Olahan baik yang di produksi di dalam negeri atau yang diimpor untuk diperdagangkan dalam kemasan eceran wajib memiliki Izin Edar".

Kepercayaan (*trust*) merupakan pondasi dari suatu hubungan antara dua pihak atau lebih yang akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai (Khamdan Rifa'i, 2023). Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Di dunia ekonomi, kepercayaan telah dipertimbangkan sebagai katalis dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan. Konsumen yang percaya terhadap suatu produk, akan menjadi tenaga pemasar yang efektif bagi suatu usaha industri. Melalui testimoni konsumen, suatu usaha industri akan memiliki peluang untuk mendapatkan tambahan konsumen.

Selain menjadikan konsumen sebagai tenaga pemasar yang efektif serta agar mendapatkan hasil yang maksimal, UMKM harus memiliki wilayah yang strategis untuk mengembangkan usahanya. Salah satu wilayah yang sangat baik untuk mendapatkan hasil maksimal bagi UMKM adalah sebuah pasar. Pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli yang melakukan transaksi barang atau jasa dimana pertukaran barang dan jasa ini dan telah berlangsung sejak awal peradaban manusia (Fitria Mukaromah & Wijaya, 2020).

Di samping itu, Bangkalan dikenal sebagai daerah wisata religi sekaligus kuliner yang terus berkembang. Salah satu tempat yang baik untuk menjadi pusat target pasar adalah Desa Martajasah, yang terletak di kelurahan Mlajah, Kecamatan Bangkalan, Kabupaten Bangkalan dikenal sebagai daerah wisata religi sekaligus kuliner yang terus berkembang. Selain menjadi tujuan wisata religi, Martajasah telah lama dikenal sebagai pusat oleh-oleh yang menawarkan beragam produk khas lokal kota Bangkalan dengan cita rasa yang autentik. Keberadaan pusat oleh-oleh yang lengkap dan mudah diakses semakin memudahkan para wisatawan untuk membawa pulang kenang-kenangan dari Martajasah. Selain itu, banyak pula pelaku Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menawarkan produk-produk khas Martajasah dengan kualitas yang terjamin. Untuk lebih mempromosikan potensi Martajasah sebagai pusat oleh-oleh, berbagai upaya telah dilakukan, seperti salah satu produk yang telah memiliki izin edar pangan industri rumah

tangga atau dikenal sebagai (P-IRT). Hal ini diharapkan dapat meningkatkan nilai ekonomi masyarakat dan semakin memperkuat posisi desa Martajasah sebagai desa pesisir dengan nilai religius yang tinggi, potensi ekonomi berbasis wisata, dan destinasi wisata religi yang lengkap.

LANDASAN TEORI

Efektivitas

Efektivitas merupakan suatu keadaan dimana terjadi kesesuaian antara tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dengan hasil yang telah dicapai. Pengertian efektivitas secara umum menunjukkan seberapa jauh tercapainya suatu tujuan yang lebih dahulu ditetapkan (Erawati et al., 2017). Menurut Mariati Rahman, (2017) dalam buku ilmu administrasi bahwa “efektif adalah suatu keadaan yang mengandung pengertian mengenai terjadinya suatu efek atau akibat yang dikehendaki, jika seseorang melakukan suatu perbuatan dengan maksud tertentu yang memang dikehendaki. Maka orang itu dikatakan efektif jika menimbulkan atau mempunyai maksud sebagaimana yang dikehendaki”. Oleh karena itu, efektivitas sangat penting dalam mengukur keberhasilan dan pengaruh dari tindakan yang dilakukan, baik dalam konteks individu, organisasi, maupun dalam berbagai bidang lainnya.

Ukuran Efektivitas

Efektivitas digunakan sebagai tolak ukur untuk membandingkan antara rencana dan proses yang dilakukan dengan hasil yang dicapai. Sehingga, untuk menentukan efektif atau tidaknya suatu program atau kegiatan diperlukan adanya ukuran-ukuran efektivitas. Menurut Sedarmayanti, 2009 dalam (Irfandi, 2023). Pengukuran efektivitas dapat diukur melalui, diantaranya:

1. Input

suatu pedoman yang akan dilaksanakan sesuai dengan yang telah direncanakan dimana input mempunyai pengaruh terhadap hasil.

2. Proses

Proses diartikan sebagai komponen yang mempunyai peran utama mengolah masukan agar menghasilkan keluaran yang berguna bagi para pemakainya.

3. Hasil (output)

suatu bentuk keluaran dari input yang diolah melalui proses sehingga menghasilkan output dengan bervariasi.

4. Produktivitas

perbandingan dari efektivitas keluaran dan efisiensi salah satu masukan yang mencakup kuantitas, kualitas atau sebagai suatu ukuran atas penggunaan sumber daya dalam suatu organisasi yang biasanya dinyatakan sebagai rasio dari keluaran yang dicapai dengan sumber daya yang digunakan.

Kriteria Efektivitas

Kriteria efektivitas suatu program dikatakan efektif atau tidak dapat dilihat pada ukuran pencapaian tujuan. Menurut (Setiawan & R. Madhakomala, 2022). untuk mengevaluasi kriteria keefektifan atau ukuran dalam mencapai tujuan dapat ditentukan dengan cara sebagai berikut:

1. Kejelasan tujuan terhadap apa yang akan dicapai

Kejelasan tujuan ini dimaksudkan supaya tenaga manusia yang digunakan dalam pelaksanaan tugas mencapai sasaran yang terarah dan tujuan organisasi dapat tercapai.

2. Kejelasan strategi pencapaian tujuan

Kejelasan strategi pencapaian tujuan melihat pada jalan yang diikuti para pelaksana agar tidak tersesat sebagai upaya dalam mencapai sasaran-sasaran yang ditentukan dalam pencapaian tujuan organisasi.

3. Proses analisis dan perumusan kebijakan yang mantap

Proses yang dimaksud ini berkorelasi dengan tujuan yang hendak dicapai dan strategi yang telah ditetapkan artinya kebijakan mampu menjembatani tujuan dengan usaha-usaha pelaksanaan kegiatan operasional.

4. Perencanaan yang matang

Perencanaan yang matang pada hakikatnya berarti memutuskan saat ini apa yang dikerjakan organisasi di masa depan.

5. Penyusunan program yang tepat

Penyusunan program yang tepat sesuai rencana harus dijabarkan dengan cermat pelaksanaannya sebab apabila tidak, para pelaksana akan kurang memiliki pedoman bertindak dan bekerja.

6. Tersedianya sarana dan prasarana kerja

Indikator efektivitas organisasi adalah kemampuan bekerja secara produktif dengan tersedianya sarana dan prasarana kerja.

7. Pelaksanaan yang efektif dan efisien

Pelaksanaan program akan mencapai atau tidaknya efektif dan efisien, harus dibarengi dengan pencapaian sasarannya terukur.

8. Sistem pengawasan dan pengendalian

Sistem pengawasan dan pengendalian memiliki sifat mendidik mengingat sifat manusia yang tidak sempurna.

Serifikat P-IRT

Pangan Industri Rumah Tangga atau yang kita kenal dengan istilah singkat (P-IRT) merupakan izin untuk industri makanan dan minuman berskala rumahan yang pada umumnya P-IRT disertakan dalam sebuah label di kemasan produk berupa deretan nomor yang terdaftar di dinas kesehatan (Septi Indrawati et al., 2021). P-IRT penting dimiliki oleh pengusaha makanan maupun minuman berskala rumah tangga. P-IRT yang dimiliki menjadikan bukti bahwa makanan dan minuman yang diproduksi telah lulus uji keamanan dan kelayakan pangan. Oleh karena itu suatu usaha makanan maupun minuman yang telah mengantongi P-IRT berarti telah memiliki izin edar di masyarakat luas.

Menurut Murwadji & Saraswati, (2019). Sertifikat adalah jaminan tertulis yang diberikan oleh Bupati atau Walikota terhadap pangan produksi industri rumah tangga di wilayah kerjanya yang telah memenuhi persyaratan pemberian SPP-IRT (Sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga) dalam rangka peredaran pangan produksi industri rumah tangga. Sertifikat P-IRT memberikan jaminan kepada konsumen bahwa kualitas produk memang sesuai dengan apa yang dijanjikan sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen, Melindungi konsumen dari produk yang kualitasnya rendah, dan Produk diakui kualitasnya secara nasional maupun internasional sehingga bisa diperdagangkan lintas negara.

Sebagaimana pengertian diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa Sertifikasi P-IRT merupakan jaminan bahwa produk yang dihasilkan oleh UMKM memenuhi standar keamanan dan mutu yang ditetapkan. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen tetapi juga memperluas peluang pasar bagi produk yang dihasilkan. Dengan mendapatkan sertifikat, UMKM dapat meningkatkan citra dan reputasi bisnisnya. Produk bersertifikat cenderung lebih dipercaya oleh konsumen, yang dapat berdampak positif pada penjualan dan keuntungan. Secara keseluruhan, sertifikasi produk UMKM bukan hanya sekedar formalitas, tetapi merupakan langkah strategis untuk menjamin kualitas, meningkatkan daya saing, dan melindungi konsumen dalam industri pangan yang lebih luas. Oleh karena itu, baik produsen maupun konsumen memiliki tanggung jawab untuk memahami pentingnya sertifikasi ini demi terciptanya industri pangan yang aman dan berkualitas.

Kriteria P-IRT

Menurut Habib Risnanto, (2024). Barang atau jasa yang diproduksi diklasifikasikan sebagai produk yang diberi nilai tambah selama proses pembuatan, dan kemudian digunakan sebagai produk akhir. Dengan memenuhi standar-standar tersebut, sebuah perusahaan dapat menghasilkan produk yang aman, berkualitas, dan sesuai dengan ketentuan P-IRT. Selain itu, pemenuhan standar ini juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Dalam hal produk makanan yang dihasilkan oleh industri rumah tangga, produk ini adalah barang yang dibuat untuk dipertukarkan di dalam masyarakat. Barang-barang makanan dari industri rumah tangga sangat rentan terhadap kerusakan. Oleh karena itu, harus dipertimbangkan dengan cermat saat membuatnya, terutama karena faktor seperti sifat bahan baku, proses pengolahan, penyimpanan, hingga distribusi. Faktor lingkungan, seperti suhu dan kelembapan, juga dapat memengaruhi kualitas produk. Oleh karena itu, diperlukan perhatian khusus dalam setiap tahap produksi, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pengolahan yang higienis, hingga pengemasan yang sesuai untuk menjaga daya tahan produk.

Menurut Peraturan Pemerintah No. 28 Tahun 2004 Pasal 1 No 16 tentang Keamanan, Mutu, Gizi, dan Pangan. Perusahaan makanan yang beroperasi di daerah pemukiman dan memiliki peralatan pengolahan makanan manual atau semi-otomatis diklasifikasikan sebagai perusahaan makanan keluarga. Standar-standar berikut ini harus dipenuhi oleh sebuah perusahaan untuk dapat diklasifikasikan sebagai produk industri rumah tangga (P-IRT):

1. Pekerjaan rumah tangga dilakukan dalam skala industri.
2. Tidak lebih dari tiga orang pekerja yang terlibat.
3. Menggunakan berbagai alat pengolahan, dari yang manual hingga semi otomatis.

Dalam hal produk makanan yang dihasilkan oleh industri rumah tangga, produk ini adalah barang yang dibuat untuk dipertukarkan di dalam masyarakat. Barang-barang makanan dari industri rumah tangga sangat rentan terhadap kerusakan. Oleh karena itu, harus dipertimbangkan dengan cermat saat membuatnya, terutama karena faktor seperti sifat bahan baku, proses pengolahan, penyimpanan, hingga distribusi. Faktor lingkungan, seperti suhu dan kelembapan, juga dapat memengaruhi kualitas produk. Oleh karena itu, diperlukan perhatian khusus dalam setiap tahap produksi, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pengolahan yang higienis, hingga pengemasan yang sesuai untuk menjaga daya tahan produk. Selain itu, kuantitas produksi harus diperhitungkan secara cermat. Produksi dalam jumlah berlebihan dapat menyebabkan risiko kerusakan produk jika tidak segera didistribusikan atau terjual. Dengan demikian, perencanaan yang baik dalam hal kuantitas dan manajemen stok menjadi kunci bagi pelaku usaha industri rumah tangga agar dapat menghasilkan produk berkualitas, meminimalkan kerugian, dan mempertahankan kepercayaan konsumen.

Prosedur P-IRT

Berdasarkan peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Republik Indonesia Nomor HK.03.1.23.04.12.2205 Tahun 2012 sesuai dengan norma-norma yang ditetapkan tentang pedoman pemberian sertifikat produksi pangan industri rumah tangga memiliki prosedur untuk mendapatkan izin P-IRT yang diuraikan sebagai berikut :

1. Penerimaan permohonan SPP-IRT yang diajukan

Proses pengajuan SPP-IRT (Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga) akan dinilai berdasarkan kelayakan dan kelengkapan dokumen oleh Bupati/Walikota melalui Dinas Kesehatan Kabupaten/Kota (Sentosa Sembiring, 2023).

2. Penyelenggaraan penyuluhan keamanan pangan

Penyuluhan keamanan pangan ini di koordinasikan oleh dinas kesehatan kabupaten atau kota, bersama dengan Bupati atau Walikota yang bertanggung jawab untuk melaksanakan program penyuluhan Keamanan Pangan (Habib Risnanto, 2024).

3. Pengecekan pemberian P-IRT

Pemeriksaan ini dilakukan setelah pemilik atau penanggung jawab IRTP memiliki sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan. Pemeriksaan dilakukan oleh Tenaga Pengawas Pangan Kabupaten/Kota yang memiliki Kriteria Tenaga Pengawas Pangan Kabupaten/Kota atau DFi (District Food Inspector). SPP-IRT akan diberikan jika hasil pemeriksaan menunjukkan level I-II (Sentosa Sembiring, 2023).

4. Pemberian nomor P-IRT

Menurut peraturan tentang penawaran izin produksi pangan industri rumah tangga, yang diberikan oleh BPOM (HK.03.1.23.04.12.2205 tahun 2012), pelaku usaha hanya akan mendapatkan nomor P-IRT untuk produknya jika semua tahapan dinilai memadai dan memenuhi syarat untuk mendapatkan izin P-IRT dari Dinas Kesehatan.

Kepercayaan Konsumen

Salah satu kunci utama yang menjadi faktor penyebab dalam keputusan pembelian adalah sektor pangan yang sangat memperhatikan aspek keamanan dan kualitas. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya keamanan pangan, konsumen cenderung lebih memilih produk yang telah teruji dan bersertifikat, seperti P-IRT. Sertifikat ini memberikan jaminan bahwa produk telah melalui uji kelayakan dan memenuhi standar kesehatan yang ditetapkan, sehingga dapat meningkatkan keyakinan konsumen untuk membeli. Kepercayaan konsumen merupakan aspek krusial dalam pengembangan bisnis. Dalam konteks bisnis, kepercayaan konsumen dapat diartikan sebagai keyakinan atau kepastian yang dimiliki konsumen terhadap suatu produk, layanan, atau merek (Mega Hasibuan & Zuhri M Nawawi, 2023).

Konsumen saat ini lebih teredukasi mengenai produk yang mereka konsumsi seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya akses informasi melalui media sosial. Hal ini memungkinkan mereka untuk membuat keputusan pembelian yang lebih cerdas dan terinformasi. Konsumen saat ini tidak hanya mencari produk berdasarkan harga atau merek, tetapi juga mempertimbangkan kualitas keamanan, dan reputasi produsen. Sebagai contoh, sertifikasi P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga) menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk pangan yang dihasilkan oleh industri rumahan.

Melalui definisi dan teori diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam sertifikasi P-IRT, membangun kepercayaan konsumen adalah kunci untuk keberhasilan jangka panjang dan menjadi faktor penentu dalam pembuatan keputusan pembelian. Kepercayaan konsumen merupakan elemen penting dalam hubungan antara produsen dan konsumen, terutama dalam industri pangan. Dalam konteks Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT), kepercayaan ini berperan krusial dalam menentukan keberhasilan produk di pasar.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen

Menurut Khamdan Rifa'i, (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen ada 2:

1. Faktor rasional

Faktor rasional bersifat strategis dan kalkulatif dengan kata lain orang dapat dipercaya karena memiliki keahlian khusus atau memiliki jabatan profesional. Orang yang memberikan kepercayaan (*trustor*) dapat memperkirakan apakah orang yang mendapat kepercayaan (*trustee*) dapat melaksanakan tuntutan *trustor* tersebut. dan asumsi bahwa untuk memberi kepercayaan (*trust*) kepada orang lain harus terlebih dahulu mendapat informasi atau pengetahuan tentangnya.

2. Faktor relasional

Faktor relasional disebut juga faktor afektif atau moralitas. Kepercayaan relasional berakar melalui etika yang baik, dan berbasis pada kebaikan seseorang. Kepercayaan relasional memiliki dasar nilai yang disepakati suatu komunitas, gerak hati, dan

kepentingan bersama. Komunitas memiliki pertimbangan sebelum memberikan kepercayaan dan sebuah perubahan tidak dibebankan pada satu orang saja.

Faktor-faktor yang membentuk kepercayaan konsumen

Menurut Mayer dalam Ainur Rofiq, 2007 yang dikutip oleh Khamdan Rifa'i, (2023). Faktor yang membentuk kepercayaan konsumen ada 3, yaitu:

1. Kemampuan, kepercayaan adalah ranah khusus sehingga konsumen membutuhkan keyakinan akan seberapa baik produsen memperlihatkan produknya.
2. Integritas, Integritas terlihat dari konsistensi antara ucapan dan perbuatan dengan nilai-nilai dari seorang produsen. Kejujuran saja tidak cukup untuk menjelaskan tentang integritas, namun integritas memerlukan keteguhan hati dalam menerima tekanan.
3. Kebajikan hati, Kebajikan hati berkaitan dengan intensi (niat). Ada ketertarikan dalam diri seseorang konsumen ketika berinteraksi dengan produsen. Hal tersebut akan mengarahkannya untuk memberikan intense sehingga konsumen percaya untuk membeli produknya atau tidak.

Indikator Kepercayaan Konsumen

Menurut Tjiptono, 2009 dalam Meithiana Indrasari, (2019). Kepercayaan konsumen umumnya memiliki beberapa indikator untuk mengukur dan memahami tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu merek atau perusahaan karena ada begitu banyak konsumen yang menggunakan produk dan setiap konsumen menggunakannya secara berbeda, sikap berbeda, dan berbicara secara berbeda. Adapun indikator-indikator kepercayaan konsumen yakni:

1. Kesesuaian harapan, mengacu pada tingkat kecocokan antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan apa yang mereka rasakan.
2. Minat berkunjung kembali, menggambarkan keinginan konsumen untuk mengunjungi lagi atau melakukan pembelian ulang atas produk yang sama.
3. Kesiediaan merekomendasikan, mencerminkan niat konsumen untuk merekomendasikan produk atau memberikan ulasan baik online maupun offline kepada teman atau keluarga pada sebuah produk yang telah mereka rasakan.

Peredaran Pasar

Peredaran merupakan rangkaian kegiatan yang melibatkan pengawasan, distribusi, dan pengelolaan barang serta jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kata peredaran dalam konteks ekonomi merujuk pada proses distribusi barang dan jasa di dalam suatu wilayah, yang melibatkan berbagai kegiatan untuk memastikan ketersediaan dan kualitas produk bagi konsumen di dalam suatu pasar. Peredaran atau yang sering kita sebut dengan distribusi adalah suatu proses penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai, sewaktu dan dimana barang atau jasa tersebut diperlukan (Nur fadillah hasyim., 2021). Melalui beredarnya sebuah barang dan jasa, maka produsen dan konsumen juga perlu memperhatikan wadah yang mampu dijadikan sebagai tempat dan dapat digunakan untuk menghubungkan perdagangan yang memungkinkan pertukaran barang dan jasa terjadi. Dengan demikian, maka pasar dijadikan sebagai tempat yang digunakan untuk menghubungkan perdagangan antara produsen dan konsumen yang mendukung keberlangsungan sosial masyarakat.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi pada pelaku UMKM dan konsumen lokal. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Fokus utama penelitian adalah Efektivitas sertifikat P-IRT yang mencakup: (a) jaminan keamanan dan legalitas produk, (b) peningkatan kepercayaan konsumen, (c) perluasan jaringan pemasaran. Teknik analisis data yang digunakan adalah proses

sistematis yang dilakukan untuk mengorganisir, mengelompokkan, dan menyimpulkan data yang telah dikumpulkan dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Sertifikat P-IRT pada UMKM di Martajasah

Desa Martajasah berlokasi di kecamatan Mlajah, Kota Bangkalan berdiri atas lahan seluas sekitar 229,370 hektar. Desa Martajasah bisa dikatakan sebagai desa pesisir dengan nilai religius tinggi, potensi ekonomi berbasis wisata, dan akses yang cukup dekat dengan pusat perkotaan Bangkalan. Desa Martajasah merupakan salah satu upaya pemberdayaan masyarakat untuk membuka peluang usaha, sehingga mampu berperan meningkatkan taraf hidup warga Martajasah.

Perencanaan strategis muncul dan diminati untuk membuka peluang usaha Namun dalam praktiknya, penerapan UMKM untuk memiliki produk dengan skala rumahan untuk memenuhi syarat produksi yang *higienis* dan aman. Akan tetapi proses pengurusan sertifikat ini di kalangan UMKM Martajasah sering kali masih belum merata. Meskipun prosedur pengurusan telah ditentukan, implementasi di lapangan masih banyak menemui hambatan, diantaranya:

1. Minimnya Pengetahuan Pelaku Usaha

Pengetahuan merupakan sumber daya penting bagi perusahaan demi mendukung kelancaran bisnisnya. Pengetahuan tersebut yang digunakan UMKM untuk meningkatkan kapasitas bisnisnya. Namun sebagian pelaku usaha di Martajasah ada yang belum memahami manfaat dan urgensi sertifikat P-IRT, sehingga mereka cenderung mengabaikan proses pengurusannya (Ermawati et al., 2023).

2. Biaya dan Proses yang Rumit

Salah satu faktor yang menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha UMKM di Martajasah untuk dapat menyebar luaskan produk yang dihasilkan adalah proses pengurusan izin sertifikat yang melalui biaya dan proses yang rumit. Pengurusan sertifikat dianggap mahal dan sulit oleh sebagian pelaku usaha, sehingga mereka enggan mengurusnya.

3. Kurangnya Edukasi dan Sosialisasi

Pemerintah memiliki peran yang besar dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, yang merupakan tulang punggung perekonomian nasional. Peran ini mencakup berbagai aspek dimulai dari penyediaan kebijakan hingga dukungan langsung kepada pelaku usaha. Namun, peran pemerintah dalam memberikan kebijakan dan dukungan masih belum maksimal seperti salah satu contoh penyuluhan terkait prosedur pengurusan sertifikat kepada UMKM.

4. Skala Usaha Kecil

Beberapa pelaku usaha merasa bahwa skala bisnis mereka terlalu kecil untuk memerlukan izin edar resmi seperti legalitas P-IRT. Anggapan ini muncul karena mereka beroperasi dalam lingkup terbatas, seperti menjual produk hanya di lingkungan sekitar, melalui media sosial, atau pada event-event lokal. Mereka kerap berasumsi bahwa selama penjualan masih dalam skala rumahan atau tidak melibatkan distribusi luas, legalitas formal seperti izin P-IRT belum dianggap mendesak.

Tabel 1. Produk UMKM bersertifikat P-IRT di Martajasah

No	UMKM	Produk
1.	Toko Moong	Dodol, rengginang dan petis.
2.	Toko Rizky 1	Keripik Buah, dan brem.
3.	Depot Murah Meriah	Kerupuk ikan dan singkong.
4.	Toko Denyut Nadi	Keripik singkong, dan Petis
5.	Toko Rizky 2	Pie susu, Bakpia pathok, dan dodol.

Berdasarkan tabel produk UMKM yang bersertifikat P-IRT di Martajasah dapat di ketahui bahwa tidak semua produsen memahami urgensi dan manfaat adanya sertifikat P-IRT. Dewi, salah satu produsen menerangkan bahwa untuk penataan produk yang

akan di jual ia memisahkan produk yang bersertifikat P-IRT dengan produk yang tidak memiliki sertifikat P-IRT. Produsen meletakkan macam-macam produk yang bersertifikat P-IRT pada bagian rak bawah, sedangkan untuk produk yang tidak berlabel P-IRT produsen menggantungnya di bagian dalam toko.



Gambar 1. Produk yang tidak berlabel P-IRT



Gambar 2. Produk yang berlabel P-IRT

Sertifikat P-IRT ditinjau dari Perilaku Konsumen

Menurut Jefri Putri Nugraha, (2021). Perilaku konsumen adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan atau mengatur produk, jasa, idea, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Dilihat dari sudut pandang perilaku konsumen, sertifikat ini meningkatkan kepercayaan, mempengaruhi keputusan pembelian, dan memberikan jaminan keamanan pangan. Oleh karena itu, produsen industri rumah tangga sebaiknya mengupayakan sertifikasi ini untuk meningkatkan daya saing dan kepercayaan konsumen. Dalam perilaku konsumen, faktor keamanan pangan sangat krusial. Konsumen modern semakin sadar akan pentingnya makanan yang berlabel, dan berkualitas. Produk P-IRT memiliki daya tarik lebih dibandingkan produk serupa yang belum memiliki sertifikat. SPP-IRT memberikan jaminan bahwa produk telah memenuhi standar keamanan yang

ditetapkan pemerintah. Hal ini meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang akan dibeli.

Selain itu, Sertifikat P-IRT juga mencerminkan kualitas produk. Konsumen seringkali mengaitkan sertifikasi ini dengan produk yang lebih baik dan terpercaya. Sehingga bagi pelaku usaha, memiliki Sertifikat P-IRT merupakan hal yang dapat meningkatkan reputasi merek pada produk yang dimiliki. Konsumen akan lebih mungkin merekomendasikan produk kepada orang lain yang berdampak positif pada penjualan.

Sertifikat P-IRT dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen

Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama dalam rangka ekspansi pasar yang lebih luas maka diperlukan simbol kepercayaan universal untuk menyatakan kualitas barang yang dipasarkan sehingga sertifikat P-IRT memainkan peran krusial dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM (Murwadi & Saraswati, 2019). Sertifikat ini tidak hanya melindungi konsumen tetapi juga mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis pelaku usaha kecil. Diantaranya:

1. Jaminan Keamanan dan Kualitas Produk

Sertifikat P-IRT memberikan jaminan bahwa produk yang dihasilkan telah melalui proses uji kelayakan dan keamanan yang ketat oleh Dinas Kesehatan. Hal ini mencakup pemeriksaan terhadap bahan baku, proses produksi, serta kemasan produk. Dengan adanya jaminan ini, konsumen merasa lebih aman untuk membeli dan mengonsumsi produk, karena mereka tahu bahwa produk tersebut telah memenuhi standar kesehatan yang berlaku.

2. Meningkatkan Kredibilitas Usaha

Memiliki sertifikat P-IRT menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki komitmen terhadap kualitas dan keamanan produknya. Ini tidak hanya meningkatkan kredibilitas usaha di mata konsumen tetapi juga di kalangan calon mitra bisnis dan speculator. Ketika konsumen melihat bahwa suatu produk memiliki sertifikasi resmi, mereka cenderung lebih percaya dan memilih untuk membeli produk tersebut dibandingkan dengan produk yang tidak memiliki sertifikat.

3. Respon terhadap Kesadaran Konsumen

Di era modern ini, kesadaran masyarakat terhadap keamanan pangan semakin meningkat. Konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih produk yang mereka konsumsi dan lebih mempercayai produk yang telah teruji keamanannya. Sertifikat P-IRT menjadi bukti bahwa produk tersebut telah memenuhi standar yang ditetapkan, sehingga konsumen merasa lebih tenang saat berbelanja.

4. Memudahkan Akses ke Pasar yang lebih Luas

Produk yang memiliki sertifikat P-IRT lebih mudah diterima di berbagai platform penjualan, termasuk supermarket, pasar modern, dan e-commerce. Dengan demikian, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka, yang pada gilirannya akan meningkatkan penjualan dan pendapatan sehingga keberadaan sertifikat ini juga memungkinkan pelaku usaha untuk bersaing dengan produk-produk lain yang sudah lebih dikenal.

5. Mendorong Loyalitas Konsumen

Kepercayaan yang dibangun melalui sertifikat P-IRT dapat mendorong loyalitas konsumen terhadap merek atau produk tertentu. Konsumen yang merasa puas dan aman setelah menggunakan produk bersertifikat akan cenderung kembali membeli dan merekomendasikannya kepada orang lain, sehingga menciptakan efek positif bagi pertumbuhan usaha.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan Efektivitas Sertifikat P-IRT dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada Produk UMKM di Martajasah untuk Memperluas Peredaran Pasar, maka saran yang tepat adalah sebagai berikut :

- a) Kepada pelaku UMKM di Martajasah terus berupaya untuk mengoptimalkan produk yang berlabel P-IRT agar pelaku UMKM semakin sadar akan manfaat dan tanggung jawab produk yang dijual.
- b) Untuk konsumen yang belum memperhatikan label P-IRT pada kemasan produk saat pembelian diharapkan agar lebih meningkatkan kesadaran akan pentingnya label P-IRT dan harus bisa membedakan label P-IRT yang otentik BPOM.
- c) Penelitian selanjutnya agar menggunakan penelitian kuantitatif untuk memperbanyak sampel dalam penelitian terkait dengan kepercayaan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Daniel Setiawan, P. D. (2022). Model Strategi Meningkatkan Efektivitas Kemampuan Militer. Indramayu: Penerbit Adab.
- Dewi Rahmawati, M. M. (2024). Pentingnya Izin PIRT Bagi UMKM. *OBAT: Jurnal Riset Ilmu Farmasi dan Kesehatan*, 164-170.
- Dr. Hj. Mariati Rahman, M. (2017). *Ilmu Administrasi*. Makassar: SAH MEDIA.
- Epriliyana, N. N. (2019). Urgensi Ijin Keamanan Pangan (P-IRT) Dalam Upaya Membangun Kepercayaan Konsumen Dan Meningkatkan Jaringan Pemasaran. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 21-31.
- Ermawati, N. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Investasi pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 20-37.
- Hasyim., N. F. (2021). Peredaran Kosmetik Tanpa Izin Edar Dalam Perspektif Masalah (Studi Pada Pedagang Kosmetik di Pasar Maricaya Kota Makassar). *Jurnal Ekonomi Islam*, 1-16.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: UNITOMO PRESS.
- Irfandi, D. H. (2023). Pengaruh Jejaring Tata Kelola Pemerintahan dalam Meningkatkan Efektifitas Penyusunan Laporan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah di Kabupaten Sumbawa Barat. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 976-984.
- Irma Erawati, M. D. (2017). Efektivitas Kinerja Pegawai pada Kantor Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa. *Jurnal Office*, 14-18.
- Mega Hasibuan, Z. M. (2023). Peran Etika Bisnis dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 50-68.
- Mukaroma, N. F. (2020). Pasar Persaingan Sempurna Dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam. *Profit : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan*, 1-16.
- Nugraha, J. P. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Jawa Tengah: Penerbit NEM - Anggota IKAPI.
- Prof. Dr. B Lena Nuryanti Sastradinata, M. (2024). Strategi UMKM dan Bisnis Kreatif. In M. Prof. Dr. B Lena Nuryanti Sastradinata, *Strategi UMKM dan Bisnis Kreatif* (pp. 1-278). Jakarta Timur : Bumi Aksara.
- Ratnasari, I. (2023). Pendampingan UMKM Dalam Memanfaatkan Aplikasi Gobiz Sebagai Sarana Pemasaran Digital. *BERDAYA EKONOMI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 20-28.
- Rifa'i, K. (2023). *KEPUASAN KONSUMEN*. Jember: UIN KHAS Press.
- Risnanto, H. (2024, 5 29). Efektivitas Penerbitan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (Spp-Irt) Secara Digital Online Single Submission (Oss) Pada Usaha Mikro

Kecil Menengah (Umkm) Di Kabupaten Banyumas. *Efektivitas Penerbitan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (Spp-Irt) Secara Digital Online Single Submission (Oss) Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Di Kabupaten Banyumas*, pp. 1-69.

Sembiring, S. (2023). Produk Industri Rumah Tangga: Dalam Pengawasan Pemerintah Dan Penguatan Posisi Produsen. *Perspektif Kajian Masalah Hukum dan Pembangunan*, 119-129.

Septi Indrawati, A. F. (2021). Edukasi Legalitas Usaha sebagai Upaya Perlindungan Hukum bagi Pemilik UMKM. *JURNAL DEDIKASI HUKUM: Jurnal Pengabdian Hukum Kepada Masyarakat*, 231-241.

Tarsisius Murwadi, A. S. (2019). Peningkatan Kapasitas Bisnis Usaha Mikro Kecil Melalui Sertifikasi Produk Pangan Industri Rumah Tangga. *Jurnal Poros Hukum Padjadjaran*, 13-31.

