

Pendekatan *Consumer Centric* pada Usaha Mikro Makanan Ringan dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen

Rafan Darodjat^{1*}, Nun Harrieti²

^{1,2}Fakultas Hukum, Universitas Padjadjaran, Kabupaten Sumedang, Indonesia

Email: ¹rafan@unpad.ac.id, ²nun.harrieti@unpad.ac.id

Abstract

Consumers are key determinants of business success, as the success of a food product is closely linked to its sales volume. This community engagement program was carried out through mentoring activities that emphasized the implementation of a customer-centric approach in small snack enterprises. In this approach, consumers are placed at the core of product planning, development, and marketing processes. Business actors who apply this principle are more capable of formulating strategies that correspond to customer needs, which in turn strengthens customer loyalty and increases sales performance. The training component also provided practical guidance on licensing procedures for food enterprises, grounded in the protection of consumer rights as regulated under Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection. The program was implemented through direct mentoring and training for micro-enterprise actors. The results indicate that the customer-centric approach enhances entrepreneurs' understanding of the importance of consumer research through segmentation analysis and product adaptation. Micro-enterprises in the food sector that adopted this approach demonstrated greater ability to design relevant business strategies aligned with customer expectations. The activity, which engaged 30 packaged-snack micro-entrepreneurs. The number of participants holding a NIB increased from 16 to 26, and several subsequently advanced to register for the SPP-IRT.

Keywords: *Customer-Centric, Micro-Enterprises, Village, Consumer Protection, Mentoring.*

Abstrak

Konsumen dapat dianggap sebagai penentu keberhasilan usaha, keberhasilan produk makanan sejalan dengan besarnya produk yang dapat terjual. Pengabdian yang dilakukan dengan pendampingan penerapan *customer centric* pada usaha makanan ringan, pada pendekatan ini konsumen ditempatkan sebagai pusat dalam perencanaan, pengembangan, dan pemasaran produk. Pelaku usaha yang menerapkan prinsip ini lebih mampu menyusun strategi bisnis yang relevan dengan kebutuhan pelanggan, serta berpotensi meningkatkan loyalitas dan volume penjualan. Pelatihan dilakukan juga dengan memberikan arahan perizinan yang perlu ditempuh dan dilandasi pemenuhan hak konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui pendampingan dan pelatihan kepada pelaku usaha mikro di Desa Cileunyi Kulon. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan *Customer-Centric* membantu pelaku usaha mikro untuk memahami pentingnya riset kepada konsumen melalui analisis segmentasi dan adaptasi produk. Usaha mikro yang bergerak di bidang makanan yang menerapkan prinsip ini lebih mampu menyusun strategi bisnis yang relevan dengan kebutuhan pelanggan. Kegiatan diikuti oleh 30 pelaku usaha mikro makanan ringan kemasan memberikan dampak terhadap peningkatan kesadaran hukum pelaku usaha, adanya peningkatan jumlah kepemilikan NIB dari 16 menjadi 26 pelaku yang selanjutnya berproses untuk pendaftaran SPP-IRT.

Kata Kunci: *Customer-Centric, Usaha Mikro, Desa, Perlindungan Konsumen, Pendampingan.*

PENDAHULUAN

Dunia industri Indonesia ditopang dengan keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (selanjutnya disingkat: UMKM) karena tidak semua angkatan kerja dapat diserap sektor industri besar. Sifatnya yang fleksibel dan adaptif membuat usaha mikro mampu bertahan bahkan ketika industri besar mengalami perlambatan, seperti pada masa krisis ekonomi atau pandemi. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai lebih dari 60%, sementara penyerapan tenaga kerja mencapai 97% dari total angkatan kerja (Prihatiningsih and Susanti 2023). Angka ini menunjukkan bahwa usaha mikro dan kecil bukan sekadar pelengkap industri besar, tetapi merupakan tulang punggung perekonomian nasional.

Salah satu sektor usaha mikro yang berkembang pesat adalah produksi makanan ringan dalam kemasan. Produk ini banyak digemari karena praktis, memiliki variasi rasa, dan tersedia dengan harga terjangkau. Namun, karena sifatnya yang dikonsumsi tidak langsung setelah beli, makanan ringan kemasan memerlukan perhatian khusus terhadap standar keamanan pangan dan kelengkapan informasi pada kemasan. Maka dari itu, produk usaha mikro dapat memiliki daya saing apabila ditunjang dengan pelayanan yang berorientasi pada konsumen. Pengabdian sebelumnya di tahun 2024 pembahasan mengenai aspek legal Badan Usaha Milik Desa (selanjutnya disingkat: BUMDes) (Darodjat and Harrieti 2025). Fokus pada pengabdian yang dilakukan, ditujukan kepada usaha mikro yang memproduksi makanan ringan dalam kemasan untuk memenuhi hak pembeli sebagai konsumen. Perubahan fokus ini didasari pertimbangan bahwa usaha pangan memiliki tanggung jawab ganda, yakni tanggung jawab ekonomi untuk menjaga keberlanjutan usaha, dan tanggung jawab hukum-moral untuk memastikan keamanan serta informasi yang layak bagi konsumen. Kesalahan atau kelalaian dalam aspek ini dapat berdampak langsung pada kesehatan masyarakat.

Makanan ringan kemasan merupakan jenis produk pangan yang dikonsumsi tidak secara langsung setelah dibeli, melainkan disimpan dan dikonsumsi dalam jangka waktu tertentu. Berbeda dengan makanan siap saji, produk ini memiliki karakteristik khusus, yaitu adanya masa simpan (*shelf life*) yang relatif lebih lama serta keberadaan kemasan yang menjadi unsur integral dalam perlindungan produk dan media penyampai informasi (Afifah and Sholichah 2021). Oleh karena itu, makanan ringan kemasan menuntut adanya pemenuhan standar keamanan dan mutu yang lebih kompleks, termasuk dalam hal informasi yang wajib dicantumkan pada label kemasan. Informasi tersebut meliputi komposisi bahan, tanggal kedaluwarsa, kandungan nutrisi, nomor izin edar, hingga identitas usaha mikro sebagai produsen (Sholichin 2022).

Perspektif hukum perlindungan konsumen, hal ini menjadi sangat krusial mengingat informasi pada kemasan merupakan dasar pengambilan keputusan konsumen dalam memilih dan mengonsumsi produk (Journal et al. 2025). Ketidaktepatan atau kelalaian dalam mencantumkan informasi yang benar, jelas, dan jujur (Lanosta 2021) pada kemasan dapat mengakibatkan kerugian, baik dalam bentuk kerusakan kesehatan maupun hilangnya hak atas informasi yang dijamin oleh peraturan perundang-undangan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disingkat: UUPK), pelaku usaha diwajibkan untuk menjamin kebenaran informasi dan perlindungan atas hak-hak konsumen. Oleh karena itu, dalam konteks makanan ringan kemasan, produsen wajib tunduk pada asas keamanan dan keselamatan konsumen (Siregar 2024), sebagai bentuk tanggung jawab terhadap pembeli yang telah memberikan keuntungan.

Pendekatan *customer-centric* (Anton Nugroho and Muinah Fadhilah 2023), konsumen tidak hanya diposisikan sebagai objek pasar, tetapi juga sebagai sumber utama dalam menemukan ide bisnis yang relevan dan adaptif terhadap kebutuhan nyata. Pendekatan ini mendorong usaha mikro, untuk menggali inspirasi dari pengalaman, keluhan, maupun aspirasi konsumen sebagai dasar inovasi produk dan layanan. Oleh karena itu, perlindungan konsumen tidak dapat dipisahkan dari proses bisnis berbasis konsumen, melainkan menjadi tanggung jawab moral bagi pengusaha mikro. Melalui perlindungan yang tepat, seperti informasi produk yang akurat, keamanan konsumsi, serta mekanisme pengaduan yang responsif, meskipun usahanya masih mikro harus memiliki komitmen. Bila perlindungan konsumen dan *customer-centric* diterapkan bersamaan, usaha mikro akan memiliki fondasi usaha yang etis, kompetitif, dan berkelanjutan. Konsumen merasa aman dan puas, sementara usaha mendapatkan reputasi positif dan peluang pasar yang lebih luas. Orientasi bisnis yang berbasis *customer-centric* dan perlindungan konsumen yang memadai menjadi dua pilar yang saling menguatkan dalam menciptakan ekosistem usaha yang beretika.

Pendekatan yang berorientasi pada produk (*product-centric approach*) masih banyak diterapkan oleh pelaku usaha mikro maupun korporasi besar pernah diteliti Yusuf dkk (2025), penekanan yang berlebihan pada aspek produk sering kali membuat pelaku usaha mengabaikan kebutuhan, preferensi, dan

permasalahan nyata yang dihadapi konsumen. Minimnya riset pasar menyebabkan pelaku usaha keliru memperkirakan tingkat permintaan terhadap suatu produk. Menimbulkan risiko ketidaksesuaian antara produk dan kebutuhan pasar (*product-market mismatch*). Pendekatan ini juga menuntut investasi sumber daya yang besar, baik waktu maupun tenaga, untuk memberikan edukasi dan meyakinkan calon pelanggan agar bersedia mencoba produk yang ditawarkan (Yusuf, Kadek, and Darodjat 2025).

Realisasi dari pendekatan ini tidak terjadi secara otomatis. Banyak usaha mikro di Desa Cileunyi Kulon, masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan pengetahuan hukum, minimnya modal untuk pengemasan yang memenuhi standar, dan kurangnya strategi pemasaran yang terstruktur. Hambatan tersebut seringkali bersifat saling terkait, keterbatasan modal mengakibatkan pelaku usaha tidak mampu berinvestasi pada kemasan yang memadai (Fanani, Gunawan, and Miarsa 2021), sementara rendahnya pengetahuan hukum membuat mereka tidak menyadari risiko hukum dan potensi kerugian reputasi akibat pelanggaran ketentuan label kemasan sebagaimana diatur dalam Pasal 8 ayat (1) huruf h UUPK, yang melarang produsen untuk memberikan informasi yang sesuai.

Rendahnya akses terhadap teknologi dan informasi pasar juga menjadi penghalang bagi usaha mikro untuk melakukan inovasi produk (Darodjat and Yunitasari 2025). Akses informasi yang terbatas berdampak pada minimnya wawasan tentang tren konsumen dan perkembangan pasar, sehingga produk yang dihasilkan kerap kurang kompetitif di pasar yang semakin dinamis. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung di pasar atau titip jual di warung, yang kurang efektif untuk menjangkau konsumen di luar wilayah desa. Di sisi lain, kompetisi dari produk makanan ringan kemasan berskala industri menuntut usaha mikro untuk mampu menawarkan keunggulan, baik dari segi kualitas, keamanan, maupun diferensiasi produk. Tanpa pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen, usaha mikro makanan kemasan akan kesulitan bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Aphief Tri Artanto & Kusnarto, 2022).

Pemerintah desa, lembaga akademik, dan komunitas bisnis menjadi krusial dalam mengatasi persoalan tersebut. Sinergi antar pihak ini dapat memfasilitasi peningkatan kapasitas usaha mikro snack. Seperti, penyuluhan tentang regulasi perlindungan konsumen, pelatihan pengemasan yang sesuai standar, serta pendampingan strategi pemasaran digital (Yanti et al. 2025) berbasis *customer-centric* dapat menjadi langkah efektif untuk meningkatkan daya saing pelaku UMKM (Anton Nugroho & Muinah Fadhilah, 2023). Pendekatan ini tidak hanya membantu memastikan kepatuhan terhadap hukum, tetapi juga mendorong usaha mikro untuk menempatkan konsumen sebagai mitra strategis dalam pengembangan produk. Pemahaman terhadap prinsip *customer-centric* memungkinkan pelaku usaha untuk mengidentifikasi kebutuhan, preferensi, dan ekspektasi konsumen secara lebih akurat, sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan (Andika and Purnamasari 2024).

Pengalaman dari beberapa program pendampingan usaha mikro di daerah lain menunjukkan bahwa penerapan prinsip *customer-centric* yang diiringi dengan peningkatan literasi hukum dan dukungan teknologi pemasaran dapat menghasilkan dampak signifikan. Misalnya, UMKM yang awalnya hanya menjual produk di tingkat lokal mampu memperluas pasar hingga tingkat nasional setelah memperbaiki kemasan, menambah label informasi yang lengkap, dan mengoptimalkan promosi melalui media sosial (Siregar 2024). Model ini dapat direplikasi di Desa Cileunyi Kulon dengan menyesuaikan pada karakteristik konsumennya, termasuk preferensi rasa, kebiasaan konsumsi, dan daya beli. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang tidak hanya memetakan tantangan yang dihadapi pelaku usaha mikro makanan, tetapi juga merumuskan strategi yang efektif bagi pengusaha.

Urgensi kegiatan pengabdian terletak pada upaya menemukan strategi efektif untuk mengintegrasikan perlindungan konsumen dan orientasi *customer-centric* pada usaha mikro makanan ringan kemasan di Desa Cileunyi Kulon. Pengabdian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang tidak hanya meningkatkan daya saing usaha, tetapi juga memperkuat kepercayaan konsumen dalam perspektif hukum perlindungan konsumen. Keberhasilan penerapan strategi tersebut di tingkat desa akan berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal, penciptaan lapangan kerja, serta mendukung tujuan pembangunan ekonomi nasional.

PELAKSANAAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan hukum empiris dengan jenis penelitian kualitatif (Soekanto 2010). Subjek penelitian ditetapkan secara *purposive sampling*, yaitu 30 pelaku usaha mikro makanan ringan kemasan di Desa Cileunyi Kulon. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, serta penyebaran angket untuk mengukur pemahaman hukum perlindungan konsumen, tingkat internalisasi pemahaman *consumer centric*, dan pengaruhnya terhadap praktik usaha sehari-hari.

Pengabdian yang dilakukan, sejalan dengan kegiatan penelitian dengan pengukuran melalui: (a) *kepatuhan hukum* diukur dari pengetahuan dan penerapan kewajiban sesuai UUPK (pencantuman informasi dan standar produk makanan ringan dalam kemasan), (b) *consumer centric* diukur dari strategi usaha yang menempatkan kebutuhan konsumen sebagai dasar keputusan bisnis, dan (c) *daya saing usaha* diukur dari tren penjualan. Analisis data dilakukan pengklasifikasian untuk menarik kesimpulan. Validitas penelitian diperkuat dengan triangulasi bersumber dari data lapangan dan data sekunder berupa peraturan perundang-undangan, triangulasi dilakukan tim mahasiswa dengan observasi, *interview*, dan penyebaran kuesioner.

Metode kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui pendampingan dan pelatihan kepada pelaku usaha mikro makanan ringan kemasan di Desa Cileunyi Kulon, dengan fokus pada pemenuhan aspek hukum perlindungan konsumen. Pendekatan ini bersifat partisipatoris, upelaku usaha sebagai subjek yang terlibat aktif pada saat pendampingan (Framanik et al. 2022). Tahapan kegiatan dimulai dari analisis awal, yakni identifikasi kondisi faktual melalui observasi langsung oleh tim mahasiswa. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan utama yang dihadapi pelaku usaha, baik dari aspek produksi, distribusi, maupun pemahaman hukum perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam UUPK. Hasil analisis awal menjadi dasar untuk merancang strategi pendampingan yang relevan dengan kebutuhan riil usaha mikro.

Tahap berikutnya adalah peningkatan kesadaran hukum yang dilakukan secara sistematis dengan memperkenalkan konsep *consumer centric* sebagai paradigma usaha. Mahasiswa dan dosen memberikan materi yang menekankan bahwa konsumen harus ditempatkan sebagai pusat dalam aktivitas bisnis. Tahapan ini berlangsung dalam tiga alur utama: (1) identifikasi permasalahan usaha melalui observasi serta diskusi bersama pelaku usaha mikro, (2) penyadaran hukum dengan menjelaskan hak dan kewajiban pelaku usaha dalam menjaga keamanan pangan, transparansi informasi produk, dan perlindungan konsumen, serta (3) internalisasi metode *consumer centric*, yaitu mendorong pelaku usaha untuk menjadikan kebutuhan dan ekspektasi konsumen sebagai acuan dalam pengambilan keputusan bisnis, mulai dari inovasi produk, strategi pemasaran, hingga peningkatan kualitas layanan. Melalui tahapan ini, pendampingan tidak hanya menghasilkan peningkatan pengetahuan, tetapi juga mendorong perubahan paradigma usaha mikro agar mampu menumbuhkan daya saing berbasis konsumen.

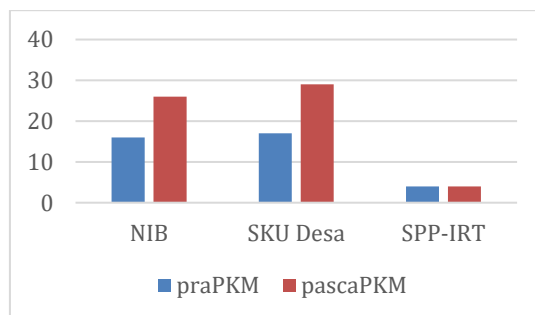
Tahap terakhir dengan evaluasi melalui angket akhir serta wawancara terstruktur (Safitri, Romli, and Siregar 2022), sementara keberlanjutan dijaga dengan rekomendasi kebijakan kepada pembinaan UMKM di tingkat desa. Melalui proses ini, masyarakat pelaku usaha mikro diberikan pemahaman hukum terkait kewajiban mereka dalam mencantumkan informasi yang benar dan lengkap pada kemasan produk, menjaga keamanan pangan, serta memenuhi standar perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam UUPK.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indonesia yang sebelumnya negara agraris dengan tingkat pertumbuhan penduduk yang cepat, memiliki problematika tersendiri. Karena muncul ketidakmampuan industri untuk mengisi kebutuhan konsumsi penduduk dalam negeri dan juga industri sebagai penyerap tenaga kerja. Sehingga hal ini ditopang dari sektor UMKM, pada kegiatan pengabdian perlindungan konsumen, yang menjadi audiens dalam kegiatan ini difokuskan pada usaha mikro dan kecil yang membidangi usaha makanan ringan dalam kemasan. Karena apabila telah memasuki kategori menengah, berdasarkan hasil observasi tim, mereka sudah memiliki perizinan yang lengkap dan juga menjadi binaan dari *stakeholders* (Pariela, Laturette, and Fadly 2023).

Kecepatan pertumbuhan penduduk, kemajuan teknologi, dan kebutuhan lapangan pekerjaan merupakan 3 (tiga) faktor utama yang menjadikan usaha mikro dan kecil bertumbuh. Meskipun tetap hal ini cukup riskan, mengingat pekerja dalam sektor tersebut berada dalam kategori informal yang pengupahan berbeda dengan pekerja formal dan belum memiliki jaminan ketenagakerjaan. Dari segi produk yang dibuat, tentunya belum memenuhi standar yang ada, meskipun pemerintah dan juga *civitas academy* terus mengupayakan hal ini. Pengabdian sekarang bertujuan untuk menanamkan *awarness* kepada pelaku usaha mikro dan kecil khususnya di bidang makanan ringan dalam kemasan, untuk memposisikan konsumen *centre* yang harus dilindungi sejak produk itu dibuat, saat dikonsumsi, dan setelah mengkonsumsinya.

Hasil dari PKM *consumer centric* dengan adanya peningkatan pembuatan NIB yang pada praPKM sebanyak 26 usaha menjadi 26 pascaPKM, kemudian kepemilikan SKU dari 17 usaha menjadi 29 Usaha, dan SPP-IRT (selanjutnya disingkat: SPP-IRT) tidak dapat langsung akan tetapi sebanyak 26 usaha yang memiliki NIB, semuanya diajukan untuk mendapatkan SPP-IRT.



Grafik 1. Pemenuhan Standar Izin Usaha Pasca Kegiatan PPM

Untuk SPP-IRT tidak dapat secara langsung tersedia, akan tetapi dengan kepemilikan NIB dan akun di <https://oss.go.id> dapat dilakukan pengajuan. Tim mendapati bahwasanya pengajuan SPP-IRT lebih cepat diajukan melalui <https://dpmptsp.bandungkab.go.id>, website resmi dari Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung, sehingga pelaku usaha terlebih dahulu didampingi untuk membuat akun dan mengajukan pembuatan SPP-IRT pada web tersebut.

Pengajuan SPP-IRT masih menghadapi sejumlah kendala di lapangan. Pelaku usaha mikro sering mengalami kesulitan teknis dalam proses unggah dokumen, verifikasi data, hingga komunikasi dengan operator layanan, sehingga proses perizinan tidak selalu berjalan mulus meskipun telah tersedia platform daring (Sangadah et al. 2023). Kondisi ini menunjukkan perlunya kolaborasi dan perencanaan bagi PKM selanjutnya untuk bekerjasama terlebih dahulu dengan pemerintah daerah sebelumnya. Selain itu, pelayanan online idealnya didukung oleh operator yang responsif terhadap keluhan pelaku usaha serta sistem yang memberikan panduan jelas dan mudah dipahami. Kegiatan penyuluhan oleh pemerintah daerah mengenai produksi pangan yang aman juga sebaiknya dapat disampaikan melalui video edukatif yang dapat diakses kapan saja, namun tetap disertai kuis atau tes singkat sebagai indikator pemahaman peserta. Pendekatan ini bukan hanya membantu proses pengajuan izin, tetapi juga memastikan peningkatan kapasitas pelaku usaha mikro.

Peran UMKM sebagai tulang punggung perekonomian ditunjukkan dari kontribusinya sebanyak lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Satriaji Vinatra 2023) dan menyerap hampir 97% tenaga kerja. Sampai saat ini jumlah UMKM mencapai lebih dari 64 juta unit usaha (Kemenko Perekonomian, 2025). UMKM yang tumbuh di Indonesia merupakan ladang untuk mencari lapangan pekerjaan. Untuk memastikan UMKM makanan ringan kemasan tidak hanya sekedar memenuhi regulasi, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen, pendekatan konsumen-sentris menjadi aspek yang penting. Pendekatan ini menempatkan konsumen sebagai pusat dari setiap keputusan bisnis, yang berarti bahwa setiap tahap produksi harus mempertimbangkan keselamatan, kesehatan, dan kebutuhan informasi konsumen.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan (UU Pangan) menjelaskan bahwa pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang paling utama dan pemenuhannya merupakan bagian dari hak asasi manusia. Undang-Undang pangan juga secara spesifik membebankan kewajiban kepada para pelaku usaha pangan untuk menjamin keamanan, mutu, dan gizi yang diproduksi atau diperdagangkan. Berdasarkan Pasal 68 Undang-Undang Pangan yang mana telah diubah dalam Undang-Undang Cipta Kerja, menegaskan bahwa Pelaku Usaha Pangan termasuk usaha mikro dan kecil wajib menerapkan norma, standar, prosedur, dan kriteria Keamanan Pangan yang telah ditetapkan oleh pemerintah pusat, namun pemasaran produk olahan makanan yang diproduksi oleh UMKM khususnya yang berskala mikro dan kecil, belum sepenuhnya memenuhi standar kualitas dan keamanan yang berlaku. Tantangan utama bagi UMKM adalah keterbatasan sumber daya. Banyak pelaku usaha mikro dan kecil belum memiliki pemahaman mendalam tentang regulasi dan standar produksi yang diperlukan. Oleh karena itu diperlukan penanaman *awareness* kepada pelaku usaha mikro dan kecil yang bertujuan untuk menanamkan pemahaman bahwa perlindungan konsumen harus menjadi prinsip utama dalam setiap tahapan mulai dari proses produksi, konsumsi, hingga pasca-konsumsi. Dalam industri makanan ringan kemasan, salah satu aspek terpenting dari perlindungan konsumen adalah pemberian label yang memadai.

Kegiatan PKM yang memberi pengetahuan *consumer centric*, kepemilikan NIB dan SPP-IRT menjadi indikator utama bagi konsumen untuk menilai keamanan dan kredibilitas produk pangan. Legalitas ini tidak lagi dipandang sebagai kewajiban administratif, tetapi sebagai sinyal bahwa pelaku usaha mematuhi standar yang melindungi konsumen. Penelitian Paramartha dkk. (2025) menunjukkan bahwa edukasi legalitas PIRT meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk pangan rumahan karena izin tersebut menegaskan

bahwa proses produksinya telah terverifikasi otoritas (Paramartha and Wardani 2025). Hal ini sejalan dengan temuan Imelia (2025) bahwa konsumen lebih memilih produk dengan izin resmi karena dianggap lebih aman, transparan, dan bertanggung jawab (Rahmawati et al. 2024).

Legalitas usaha menjadi langkah preventif untuk meminimalkan risiko kerugian konsumen karena menyediakan dasar identitas dan tanggung jawab pelaku usaha. Pada usaha mikro makanan ringan, izin NIB dan SPP-IRT memperkuat posisi konsumen dengan memastikan bahwa produk telah memenuhi standar keamanan pangan dan dapat ditelusuri bila terjadi masalah (Nur and Fauziyah 2023). Pendampingan legalitas kepada UMKM, sebagaimana ditunjukkan oleh Maulana (2025), membantu pelaku usaha memahami bahwa legalitas bukan semata kelengkapan dokumen, tetapi bagian dari strategi membangun kepercayaan konsumen (Maulana and Mawardi 2025). Dengan demikian, legalitas usaha dan orientasi *consumer centric* saling menguatkan: legalitas memastikan perlindungan konsumen, dan orientasi konsumen mendorong pelaku usaha untuk menjaga standar keamanan dan mutu secara berkelanjutan.

Pendekatan *Consumer Centric* pada Usaha Mikro Makanan Ringan

Pelaku usaha makanan ringan, harus memberikan informasi dari bahan apa produk tersebut terbuat, pencantuman label komposisi merupakan keharusan (Riantika Pratiwi 2019). Pemberian label pada produk pangan olahan merupakan langkah penting untuk melindungi hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK. Tujuan pencantuman komposisi adalah memberikan informasi yang jelas kepada konsumen sehingga mereka dapat memastikan bahwa produk tersebut memenuhi persyaratan keamanan pangan. Komposisi diartikan sebagai seluruh bahan yang digunakan dalam suatu produk olahan pangan, sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam Pasal 97 ayat (1) UU Pangan. Hal yang perlu dicantumkan salah satunya adalah label yang berisi informasi penting seperti nama produk, daftar komposisi, berat atau isi bersih, tanggal kadaluarsa, kode produksi, dan asal bahan pangan tertentu.

Pemberian informasi produk yang lengkap dan memenuhi standar ini dapat membangun reputasi dan loyalitas pelanggan (Tarigan, Manurung, and Marpaung 2019). Produk yang aman dan informatif akan menciptakan kepercayaan yang pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan dalam penjualan produk tersebut. Begitupun sebaliknya, produk yang tidak memenuhi standar dapat merusak reputasi dan merugikan penjualan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, investasi pada perlindungan konsumen adalah investasi untuk keberlanjutan usaha itu sendiri. Kepatuhan terhadap regulasi tidak hanya menghindari sanksi, tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas.

Selain mencantumkan label komposisi, pelaku usaha mikro makanan juga berkewajiban memiliki Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga atau yang umum disebut P-IRT (Rahmawati et al. 2024) untuk menjamin hak-hak para konsumen sebagaimana yang telah dicantumkan pada Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sertifikat ini merupakan legalitas penting yang memastikan produk makanan dan minuman yang dipasarkan aman untuk dikonsumsi. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2018 tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga, menjelaskan: Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga adalah jaminan tertulis yang diberikan oleh Bupati/Walikota terhadap Pangan Produksi IRT di wilayah kerjanya. SPP-IRT sebagai bukti penyampaian komitmen pelaku usaha akan menjamin keamanan, mutu, gizi dan label pangan olahan yang diproduksi untuk diperdagangkan dalam kemasan eceran di wilayah Indonesia (Darodjat and Utarie 2022).

Pemerintah Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal juga telah mewajibkan setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di dalam wilayah Indonesia telah memiliki sertifikat halal (Yuanitasari and Darodjat 2024). urgensi sertifikasi halal terhadap produk pangan termasuk makanan ringan kemasan sangat tinggi karena Indonesia sendiri merupakan negara yang mayoritas masyarakatnya memeluk agama islam yang menjadikan sertifikasi halal ini akan memberikan rasa aman dan keyakinan bagi para konsumen beragama islam bahwa produk yang mereka konsumsi sesuai dengan ajaran agama mereka, bebas dari bahan-bahan yang diharamkan, dan prosesnya telah sesuai dengan syariat islam. hal ini sesuai dengan hak konsumen yang telah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang. selain itu, produk bersertifikat halal juga cenderung lebih dipercaya oleh konsumen secara umum di Indonesia, tidak hanya muslim, karena sertifikasi ini seringkali disosialisasikan dengan standar kebersihan, keamanan, dan kualitas yang tinggi.

Label halal dalam suatu produk menjadi aspek penting bagi para konsumen untuk memilih sebuah produk terutama produk pangan. Ketidadaan sertifikat halal pada produk makanan ringan kemasan dapat menimbulkan dampak serius terhadap perlindungan konsumen, terutama bagi para konsumen yang memprioritaskan konsumsi makanan halal. produk tanpa sertifikat halal dapat memunculkan keraguan dan

memiliki potensi bahaya bagi para konsumen muslim. Konsumen tidak memiliki jaminan bahwa proses dan bahan baku yang digunakan dalam pembuatan suatu produk makanan sesuai dengan syariat islam, yang mana adanya kemungkinan kontaminasi bahan haram atau praktik yang tidak higienis.

Undang-Undang Jaminan Produk Halal mengatur mengenai sanksi bagi para pelaku usaha yang tidak memenuhi yang tidak memenuhi kewajiban sertifikasi halal dapat dikenakan sanksi berupa peringatan tertulis, denda administratif, atau pencabutan sertifikat halal. bahkan apabila pelaku usaha tidak menjaga kehalalan produk yang telah memperoleh sertifikat halal (Yuanitasari and Kusmayanti 2024) dapat dikenakan sanksi pidana berupa penjara paling lama lima tahun atau pidana denda Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Pendampingan harus menginformasikan bahwa pemenuhan standar seperti sertifikasi halal dan Sertifikasi Pangan Industri Rumah Tangga (selanjutnya disingkat: Sertifikasi PIRT) bukan sekadar formalitas administratif bagi produk usaha mikro (Yuliana Indah Sari and M. Rizki Azmi 2025). Melainkan, formalitas juga dapat berperan signifikan mengingat mayoritas konsumen Indonesia membutuhkan jaminan kehalalan dan sertifikasi produk makanan, yang dapat berujung pada peningkatan citra usaha mikro itu tersendiri (Alfarizi 2023). Dengan adanya sertifikasi halal resmi dengan ditandainya label halal pada kemasan, konsumen dapat merasa lebih tenang dan percaya untuk mengkonsumsi produk, serta mendorong aktivitas dan perkembangan mereka. Hal ini berkaitan langsung dengan kebutuhan sosiologis untuk meningkatkan reputasi usaha, dimana produk yang tersertifikasi cenderung dipandang lebih berkualitas dan aman oleh masyarakat. Demikian pula, pemenuhan SPP-IRT pada kemasan menunjukkan bahwa produk telah mendapat izin edar dari dinas kesehatan setempat, yang berarti proses produksi skala rumah tangga tersebut telah memenuhi standar kebersihan dan keamanan pangan minimal.

Ketiadaan formalitas administratif dapat menimbulkan keraguan terhadap keamanan produk, karena konsumen tidak memiliki jaminan bahwa produk telah diproses secara higienis atau diuji kelayakannya. Dengan demikian, label halal dan SPP-IRT pada produk tidak hanya melindungi konsumen secara preventif dengan cara memenuhi administrasi saja, tetapi juga sebagai bentuk strategis bisnis yang relevan dengan cara membangun kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM tersebut.

Pendekatan *customer centric* menempatkan konsumen sebagai pusat dari seluruh proses bisnis, mulai dari perencanaan, produksi, pemasaran, hingga layanan purna jual (Tegowati et al. 2023). Melalui pendekatan ini, pelaku usaha mikro didorong untuk memahami secara lebih mendalam kebutuhan, preferensi, dan ekspektasi konsumen (Alaudin, Triyono, and Kurniawan 2022). Kesadaran bahwa kepuasan dan keamanan konsumen adalah kunci keberhasilan jangka panjang mendorong pelaku usaha untuk melakukan inovasi produk, memperbaiki kualitas, dan menyusun strategi pemasaran yang relevan. Dalam praktiknya, pendekatan ini terbukti membantu pelaku usaha mikro menyesuaikan produknya dengan tren pasar, meningkatkan kualitas layanan, serta membangun reputasi positif di mata konsumen.



Gambar 1. Foto Kegiatan PPM di Aula Serba Guna Desa Cileunyi Kulon

Pada kegiatan ini diikuti 30 (tiga puluh) usaha mikro di Desa Cileunyi Kulon, pendampingan memberikan pengetahuan baru yang dapat diterapkan, bahwasannya usaha dapat berkembang dengan melakukan analisis pada konsumen melalui pendekatan *consumer centric*. Pada segi hukum, kegiatan pendampingan usaha makanan ringan kemasan menegaskan bahwa perlindungan konsumen merupakan kewajiban hukum yang berlandaskan pada prinsip kepastian hukum (Dinar and Kurnia 2024). Prinsip ini tercantum dalam Penjelasan Umum UUPK, yang menekankan bahwa setiap upaya perlindungan konsumen harus memberikan kepastian hukum bagi konsumen maupun pelaku usaha. Kepastian hukum berarti adanya jaminan bahwa hak-hak konsumen terlindungi secara efektif melalui peraturan yang jelas (Fista and Machmud 2023), serta kewajiban pelaku usaha ditegakkan dengan mekanisme penegakan hukum yang konsisten.

UUPK perlu dipahami sebagai *mindset* yang berorientasi pada konsumen (*consumer-centric*). Komitmen pelaku untuk menempatkan kebutuhan dan perlindungan konsumen sebagai pusat pengambilan keputusan. UUPK mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang jujur, menjamin keamanan produk, serta menanggung kerugian konsumen, yang secara langsung membentuk pengalaman konsumsi yang aman. Kepatuhan terhadap regulasi perlindungan konsumen meningkatkan persepsi konsumen terhadap transparansi dan tanggung jawab pelaku usaha, memperkuat loyalitas dan kepercayaan jangka panjang (Riantika Pratiwi 2019). Pemenuhan sertifikasi menjadi fondasi kuat hubungan dengan konsumen sebagai mitra utama dalam keberlanjutan usaha.

Jika dikaitkan dengan pendekatan *consumer centric*, maka kepastian hukum tidak sekadar dipahami sebagai kewajiban formal untuk menaati peraturan perundang-undangan, tetapi juga sebagai *mindset* bisnis yang menempatkan konsumen sebagai pusat pengambilan keputusan usaha. Pelaku usaha mikro makanan ringan dituntut untuk menjadikan kebutuhan, kepentingan, dan hak-hak konsumen sebagai dasar dalam merancang produk. Prinsip kepastian hukum dalam UUPK memperoleh makna praktis, yaitu: pelaku usaha tidak sekadar menghindari sanksi hukum, tetapi secara sadar membangun hubungan jangka panjang yang adil dan transparan dengan konsumen (Siregar 2024).

Keterpaduan antara kepastian hukum dan *consumer centric* menciptakan ekosistem usaha yang sehat: pelaku usaha memiliki kepastian aturan untuk beroperasi, sementara konsumen memperoleh kepastian bahwa hak-haknya dilindungi. Kegiatan pendampingan berperan penting untuk menginternalisasi prinsip kepastian hukum ke dalam praktik bisnis sehari-hari, sehingga konsumen mitra utama dalam keberlangsungan usaha.

PENUTUP

Simpulan

Pengenalan *consumer centric* memberikan kontribusi untuk kesadaran pelaku usaha untuk melindungi konsumen dan meningkatkan kepatuhan dalam pemenuhan perizinan. Temuan di lapangan, usaha makanan muncul karena pengetahuan, keterampilan, kemudahan bahan baku, dan ketertarikan, dalam kegiatan pendekatan terhadap selera konsumen, daya beli konsumen, dan pemenuhan hak konsumen menjadi hal yang perlu dilakukan analisis pelaku usaha. Dampak pendampingan dengan metode *consumer centric*, menambah wawasan baru pelaku usaha makanan ringan kemasan untuk melakukan analisis konsumen dan memenuhi hak konsumen.

Kegiatan pengabdian melalui pendampingan yang diikuti oleh 30 pelaku usaha mikro makanan ringan kemasan di Desa Cileunyi Kulon memberikan dampak terhadap peningkatan kesadaran hukum pelaku usaha makanan ringan yang berimplikasi pada pemenuhan hak konsumen. Adanya peningkatan jumlah kepemilikan NIB menjadi 26 pelaku usaha yang diusahakan untuk pendaftaran SPP-IRT.

Saran

Pendekatan *consumer centric* yang dilakukan pelaku usaha, dapat dikembangkan ke pelaku usaha industri kreatif lainnya, karena pendekatan ini tidak hanya untuk pelaku usaha makanan saja.

Ucapan Terima Kasih

Tim PPM Fakultas Hukum Unpad: Anugrah Satria Cahyakumala; Nasywa Afifah; Satria Bagus Yusuf; Vincent Wongso; Muhammad Alfian Dwivayahya; Elmer Nehemia Heryanto; Siti Kayla Nadhilah Murod; Maximillian Yudha Purwoto mengucapkan terima kasih kepada Dekan Fakultas Hukum Unpad yang telah memberikan kesempatan pembelajaran praktik hukum di masyarakat Desa Cileunyi Kulon. Kepada Bapak Kepala Desa kami ucapkan terima kasih atas dukungan terlaksananya kegiatan PPM “Edukasi Perlindungan Konsumen oleh UMKM (dengan Metode *Consumer Centric*)”, ibu-ibu PKK, dan Paguyuban UMKM Kecamatan Cileunyi atas partisipasi yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Nok, and Enny Sholichah. 2021. “Pengaruh Kemasan Terhadap Masa Simpan Keripik Tortila Modifikasi Tempe Dan Tepung Mocaf Dengan Metode Akselerasi Berdasarkan Pendekatan Arrhenius.” *Jurnal Pangan* 30(2):129–36. doi:10.33964/jp.v30i2.531.
- Alaudin, Sultan Alaudin, Triyono Triyono, and Ergo Nurpatia Kurniawan. 2022. “Layanan Purna Jual, Citra Merek Dan Harga Jual Kembali Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Mobil Di Jabodetabek.” *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan* 2(2):191–200. doi:10.37366/master.v2i2.427.

- Alfarizi, Muhammad. 2023. "Peran Sertifikasi Halal Dan Kepatuhan Praktik Halal Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan: Investigasi Pemodelan Empiris Sektor Umkm Kuliner Nusantara." *Harmoni* 22(1):93–116. doi:10.32488/harmoni.v22i1.654.
- Andika, Surya, and Pupung Purnamasari. 2024. "Pengaruh Variasi Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 8(2):1539–52. doi:10.31955/mea.v8i2.4189.
- Anton Nugroho, and Muinah Fadhilah. 2023. "Customer-Centric Strategy Dalam Menghadapi Persaingan Perusahaan Jasa Konstruksi." *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan* 2(4):316–25. doi:10.55826/tmit.v2i4.296.
- Darodjat, Rafan, and Nun Harrieti. 2025. "Legal Aspects of BUMDes as Drivers of Village Economy (Aspek Legal BUMDes Sebagai Penggerak Perekonomian Desa)." 6(2):3046–55.
- Darodjat, Rafan, and Fatmi Utarie. 2022. "OPTIMALISASI PENJUALAN BAHAN PANGAN OLEH PETANI DAN UMKM DENGAN MEMANFAATKAN TEKNOLOGI DIGITAL." *Dharmakarya* 11(1):1. doi:10.24198/dharmakarya.v11i1.36093.
- Darodjat, Rafan, and Deviana Yunitasari. 2025. "Implementasi Perjanjian Alih Teknologi Sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Asing." 13:145–55.
- Dinar, Rizkita, and Sinarianda Kurnia. 2024. "Perlindungan Konsumen atas Hak Informasi dalam Melakukan Transaksi Online." 13.
- Fanani, Muhammad Zunan, Bambang Panji, Gunawan, and Fajar Rachmad Dwi. Miarsa. 2021. "Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan Umkm Yang Tidak Mencantumkan Isi Komposisi Bahan Produk." *Jurnal Reformasi Hukum : Cogito Ergo Sum* 3(1):1–6. doi:10.51804/jrhces.v3i1.980.
- Fista, Yanci Libria, and Aris Machmud. 2023. "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Perspektif Undang- Undang Perlindungan Konsumen." 12:177–89. doi:10.37893/jbh.v12i1.599.
- Frmanik, Naniek Afrilla, Rahmi Winangsih, Rd Nia Kania Kurniawati, Neka Fitriyah, and Yoki Yusanto. 2022. "Metode Advokasi Green Campus Untirta." *Journal of Scientific Communication (Jsc)* 4(2):70–88. doi:10.31506/jsc.v0i0.18267.
- Journal, Community Development, Rince Tambunnan, Muhammad Fery Hidayat, and Pelaku Usaha. 2025. "Pendampingan Pengembangan Desain Produk Bagi Pelaku Usaha Di Kabupaten Konawe Selatan." 6(4):5301–6.
- Lanosta, Evita. 2021. "Perlindungan Konsumen Atas Informasi Yang Benar Terhadap Promosi Produk Dalam Transaksi Perdagangan Elektronik Menurut Undang–Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Hukum Adigama* 4(1):557.
- Maulana, Fais Akbar, and Alfiandi Imam Mawardi. 2025. "Pendampingan Legalitas Melalui Pendaftaran PIRT Pada UMKM Di Kelurahan Klampis Ngasem Kota Surabaya." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* 6(2):1934–42.
- Nur, Siti Khayisatuzahro, and Fauziyah. 2023. "Legalitas Usaha Untuk Perlindungan Konsumen Dalam Prespektif Hukum Positif Dan Hukum Bisnis Syariah." *JIMBis : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 2(4):357–67.
- Paramartha, I. Gusti Agung Yoga, and Kadek Devi Kalfika Anggria Wardani. 2025. "Pemberdayaan UMKM Melalui Edukasi Legalitas PIRT: Strategi Efektif Untuk Memperluas Pasar." *Sewagati* 9(1):2564–69. doi:10.12962/j26139960.v9i1.777.
- Pariela, Marselo Valentino Geovani, Adonia Ivone Laturette, and Ronald Fadly. 2023. "Pemahaman Hukum Perlindungan Konsumen Bagi Pelaku UMKM Di Kelurahan Wainitu-Kota Ambon." 3:311–23.
- Prihatiningsih, Bella Erviana, and Ari Susanti. 2023. "Mufakat Mufakat." *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen* 2(2):91–107.
- Rahmawati, Dewi, Marthy Meliana, Windi Tri Wahyuni, Ismatun Maulidiyah, Elsa Saqila, Sirojul Eilma, Ni'matul Fauziah, Brelianty Nevy, Miftahul Maulidiyah, Silvia Nur Diana, Annisya San Shabira, Marselinus Seran, and Findy Lovirna. 2024. "Pentingnya Izin PIRT Bagi UMKM." *Jurnal Riset Ilmu Farmasi Dan Kesehatan* 2(1).
- Riantika Pratiwi. 2019. "Pencantuman Komposisi Bahan Pada Label Makanan Kemasan Sebagai Hak Hukum Di Kota Pekanbaru." *Jurnal Gagasan Hukum* 1(01):63–87. doi:10.31849/jgh.v1i01.2903.
- Safitri, Dini, Nada Arina Romli, and Dania Siregar. 2022. "Pelatihan Komunikasi Persuasif Dalam Menarik Minat Konsumen Pada Komunitas Wirausaha Perempuan." *ETHOS: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 10(1):77–84. doi:10.29313/ethos.v10i1.7976.

- Sangadah, Hanik Atus, Laras Sirly Safitri, Ferdi Fathurohman, Nurul Mukminah, Irna Dwi Destiana, Wiwik Endah Rahayu, and Ridwan Baharta. 2023. "Edukasi Pengurusan Izin Produksi Industri Rumah Tangga (PIRT) UMKM Desa Belendung, Kecamatan Cibogo, Subang Melalui Kegiatan Workshop." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 3(6):841–47. doi:10.52436/1.jpmi.1898.
- Satriaji Vinatra. 2023. "Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara Dan Masyarakat." *Jurnal Akuntan Publik* 1(3):01–08. doi:10.59581/jap-widyakarya.v1i3.832.
- Sholichin. 2022. "Pengetahuan Dan Praktik Labelisasi Kemasan Produk Pangan Pada Produsen Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah." *Media Informasi* 18(1):8–12. doi:10.37160/bmi.v18i1.12.
- Siregar, Sutan Pinayungan. 2024. "Kepastian Hukum Perlindungan Konsumen Sesuai Dengan Ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Journal of Law, Administration, and Social Science* 4(2):228–33. doi:10.54957/jolas.v4i2.619.
- Soekanto, Soerjono. 2010. *Pengantar Penelitian Hukum*. UI Press.
- Tarigan, Hary Irvan, Yulinda Manurung, and Winida Marpaung. 2019. "Loyalitas Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan Jasa Transportasi Online." *PHILANTHROPY: Journal of Psychology* 3(1):34. doi:10.26623/philanthropy.v3i1.1285.
- Tegowati, Tegowati, Dewi Mutmainnah, Nenny Syahrenny, and In'am Widiarma. 2023. "Efektivitas Promosi Online, Layanan Purna Jual Dan Persepsi Harga Untuk Meningkatkan Pengambilan Keputusan Pada M-Commerce." *Media Mahardhika* 21(2):284–91. doi:10.29062/mahardhika.v21i2.611.
- Yanti, Novi, Sandra Dewi, Muhammad Zaki Abdillah, Muhammad Haikal, and Rema Supiana. 2025. "Pelatihan Pemetaan Bisnis Dengan Tools Online Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk Fashion Muslim." 5(1):15–22. doi:10.54259/pakmas.v5i1.3138.
- Yuanitasari, Deviana, and Rafan Darodjat. 2024. "Peluang Dan Hambatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Pembuatan Sertifikasi Halal Di Rancakalong." *Proficio* 6(1):197–204. doi:10.36728/jpf.v6i1.4138.
- Yuanitasari, Deviana, and Hazar Kusmayanti. 2024. "Sosialisasi Kewajiban Sertifikasi Halal Pada UMKM Di Kabupaten Sumedang." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 5(2):1568–73. doi:10.55338/jpkmn.v5i2.3016.
- Yuliana Indah Sari, and M. Rizki Azmi. 2025. "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Produk UMKM Yang Tidak Bersertifikat SNI Dan BPOM." *Jurnal Usm Law Review* 8(2):639–55. doi:10.26623/julr.v8i2.11064.
- Yusuf, Satria Bagus;, Ni; Kadek, and Rafan; Darodjat. 2025. "Penerapan Strategi Konsumen Sentris Dalam Perekonomian Terhadap Kesejahteraan Konsumen." 5(8):472–83.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal
- Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2018 tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga