

## SERTIFIKASI HALAL DAN STRATEGI PEMASARAN BAGI BISNIS PRODUK HALAL DI INDONESIA

<sup>1</sup>Khairiyah Fikri Azzahra, <sup>2</sup>Juliana Putri

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Lhokseumawe, Indonesia

Email Correspondence: [khairiyahmrp@gmail.com](mailto:khairiyahmrp@gmail.com)

---

Article History:

Received: 2025-03-26, Accepted: 2025-03-27 , Published: 2025-03-31

---

### ABSTRACT

*This research aims to determine the implications of halal certification for the halal product business in Indonesia. The issue of halal has become a global trend marked by the presence of halal certification institutions in various parts of the world. This paper uses descriptive qualitative methods through a review of relevant literature and observations of the practice of implementing halal guarantee systems in Indonesia. Data obtained through journals, books, magazines, newspapers, electronic media, such as the official website of LPPOM MUI and personal communication with competent sources. The results showed that the certification of halal products has positive implications in building a halal business climate in Indonesia. For consumers, halal certification provides protection, guarantees, product halal information and becomes an instrument of business ethics. For business people, halal certification provides benefits to increase consumer confidence and reach the global halal food market.*

**Keywords:** *Certification, Labeling, Products, Halal Business.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak sertifikasi halal terhadap perusahaan produk halal di Indonesia. Permasalahan halal telah menjadi tren global yang ditandai dengan hadirnya lembaga sertifikasi halal di seluruh dunia. Artikel ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengkaji literatur yang relevan dan mengamati implementasi sistem jaminan halal di Indonesia. Informasi diperoleh melalui jurnal, buku, terbitan berkala, surat kabar, media elektronik (misalnya website resmi LPPOM MUI) dan kontak pribadi dengan sumber yang terpercaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi produk halal berpengaruh positif dalam menciptakan lingkungan bisnis halal di Indonesia. Bagi konsumen, sertifikat halal memberikan perlindungan, jaminan, informasi tentang kehalalan suatu produk dan merupakan alat etika bisnis. Bagi pengusaha, sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjangkau pasar makanan halal global.

**Kata kunci:** *Sertifikasi, Labelisasi, Produk halal, Bisnis Halal.*

### PENDAHULUAN

Indonesia, dengan populasi muslim terbesar, memiliki pasar besar untuk produk halal. Sertifikat halal adalah kunci dalam sektor makanan, kosmetik, obat-obatan, dan produk lainnya.

Sertifikat halal dari LPPOM MUI atau BPJPHP menjamin produk sesuai dengan syariat Islam (Ismatulloh & Jannah, 2024). Namun, tidak semua pelaku usaha menyadari pentingnya sertifikasi ini atau memiliki strategi pemasaran yang baik. Banyak yang kurang informasi tentang sertifikasi dan kurang strategi pemasaran yang efektif. Indonesia perlu pemahaman baik tentang pemasaran produk halal, terutama terkait tren konsumsi sehat. Pelaku bisnis halal menghadapi tantangan dalam membangun citra, khususnya di media sosial. Perusahaan harus bersaing dengan produk yang sudah bersertifikat dan punya strategi lebih terencana. Oleh karena itu, penting bagi pelaku bisnis untuk fokus pada kualitas produk sekaligus mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik konsumen (Firdaus & Masngudi, 2023).

Produk yang memerlukan sertifikasi halal selain bahan makanan yang merupakan produk yang umum digunakan oleh masyarakat umum adalah kosmetik dan obat-obatan. Bahan pangan adalah produk yang paling penting dan paling mudah untuk melihat label halal pada produknya. Produk yang dikonsumsi masyarakat tidak boleh bertentangan dengan agama, kepercayaan, dan budaya masyarakat, untuk itu diperlukan suatu sistem dan Lembaga yang menjamin keamanan dan perlindungan baik bagi produsen maupun konsumen (Warto, 2020: 99). Memakan makanan halal bagi umat Islam adalah wajib sebagaimana perintah Allah yang disebutkan dalam Al-Qur'an Surah Al-Maidah ayat 88:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

*“Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya”.* (Depag RI, 2015).

Makanan, obat-obatan, kosmetik dan barang konsumsi merupakan bagian dari kebutuhan hidup. Semua kebutuhan tersebut harus dipenuhi dengan baik, cukup, aman, dengan mutu dan gizi yang baik. Dari segi harga, produk yang dibutuhkan juga harus terjangkau sesuai daya beli masyarakat. Selain itu, produk yang diperlukan tidak boleh bertentangan dengan agama, kepercayaan, dan budaya masyarakat. Untuk mewujudkan semua itu diperlukan suatu sistem produksi yang memberikan jaminan dan perlindungan kepada produsen dan konsumen.

Di sisi lain, para pelaku usaha di bidang produk kebutuhan hidup juga harus memiliki rasa tanggung jawab terhadap produk-produk yang disebar-luaskan. Baik itu berkaitan dengan

kesehatan maupun kehalalan produk. Masyarakat juga berhak mengetahui dan mendapatkan informasi yang jelas mengenai setiap komposisi produk yang disajikan sebelum membeli dan mengkonsumsi. Informasi tersebut terkait dengan asal bahan, keamanan, mutu, kandungan gizi, dan keterangan lain yang diperlukan sehingga masyarakat dapat mengambil keputusan berdasarkan informasi yang benar dan akurat. Akses informasi adalah bagian terpenting dalam memenuhi prinsip keterbukaan informasi bagi konsumen yang di dalamnya mengandung makna adanya kepastian hukum sebagaimana tujuan yang digariskan dalam penyelenggaraan perlindungan terhadap konsumen (Imronah & Nginayati, 2024).

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang industri pengolahan produk telah berkembang sangat pesat. Memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, berbagai bahan baik halal maupun haram telah digunakan dalam pengolahan pangan baik disengaja maupun tidak disengaja. Adanya bahan tambahan pada produk yang terbuat dari bahan dasar yang berbeda, terutama berupa ekstraksi bahan hewani, menyebabkan terjadinya tercampurnya bahan halal dan non halal. Pencampuran bahan-bahan dalam suatu produk menjadikan produk tersebut tidak halal. Penggunaan bahan-bahan yang tidak halal dalam berbagai kebutuhan hidup tidak dapat menjamin bahwa produk yang beredar di masyarakat adalah halal, meskipun perusahaan telah menyatakan halal atas produk yang dipasarkannya. Sebab, penentuan kehalalan dan kemurnian suatu produk olahan memerlukan penelitian dan keahlian multi disiplin khusus, seperti industri makanan, kimia, biokimia, teknik industri, biologi, farmasi, dan pemahaman tentang syariat.

Halal bukan lagi sekedar persoalan agama. Dalam kehidupan masyarakat di seluruh dunia, halal telah menjadi simbol global yang mencerminkan jaminan kualitas dan gaya hidup. Sebab dalam dunia bisnis, produk yang berlabel halal bisa menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi produsen. Dalam hal ini produsen dan pedagang menggunakan sertifikat dan logo halal untuk menginformasikan kepada konsumen dan memastikan bahwa produknya berkualitas tinggi dan layak dikonsumsi sesuai aturan agama (Sudrajat & Wahyuningsih, 2023).

Halal bukan lagi sekedar persoalan agama. Dalam kehidupan masyarakat di seluruh dunia, halal telah menjadi simbol global yang mencerminkan jaminan kualitas dan gaya hidup. Sebab dalam dunia usaha, produk yang berlabel halal bisa menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi produsen. Dalam hal ini, produsen dan pedagang menggunakan sertifikat dan logo halal untuk

menginformasikan konsumen dan memastikan kualitas dan kesesuaian produk mereka untuk konsumsi keagamaan.

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, yang tentunya berkepentingan untuk mendistribusikan produk-produk yang aman dan memenuhi standar halal. Karena umat Islam otomatis menjadi konsumen terbesar negara tersebut dan juga menjadi sasaran serta tujuan impor dari negara lain. Oleh karena itu, konsumen dalam negeri harus dilindungi jika yakin dengan kehalalan pangan yang beredar.

Produk berstandar halal harus menjadi bagian integral dan integral dari praktik bisnis dan ekonomi global yang memerlukan standar internasional dan standar kualitas untuk mencapai kepercayaan konsumen di berbagai negara (Sanjaya, 2022). Dengan cara ini, pergerakan barang, jasa, modal dan pengetahuan antar negara menjadi lebih mudah. Perdagangan internasional mempunyai dampak yang sangat besar terhadap perekonomian antar negara, sehingga dapat menciptakan suasana yang saling menguntungkan, saling menguntungkan dalam perdagangan, lebih efisien dalam produksi dan distribusi barang. Banyak ahli menyimpulkan bahwa manfaat perdagangan lintas batas lebih besar daripada manfaat persaingan militer dan perluasan wilayah (Bayu Sudrajat, 2023).

Memenuhi kebutuhan hidup halal merupakan hak dasar bagi setiap muslim. Hal ini bukan saja berhubungan dengan keyakinan beragama, tetapi juga berkaitan dengan dimensi kesehatan, ekonomi, keamanan dan kebutuhan ibadah. Sebagai negara berpenduduk mayoritas muslim, tanpa diminta sudah semestinya negara hadir melindungi warganya dalam pemenuhan hak-hak mendasar warganya (Sudrajat et al., 2024). Selaras dengan itu pelaku usaha (produsen) juga sudah seharusnya memberikan perlindungan kepada konsumen. Untuk kepentingan tersebut, maka dituntut peran yang lebih aktif negara dalam pengaturan sistem ekonomi yang dijabarkan dalam strategi yang dilakukan negara dalam menjalankan instrumen bisnis di antaranya melalui regulasi (Sudrajat, 2024).

Menyediakan pangan halal dan aman adalah bisnis yang sangat prospektif, karena dengan melalui sertifikasi dan label halal dapat mengundang pelanggan loyal yang bukan saja diminati oleh muslim tetapi juga masyarakat non muslim. Sebaliknya bagi produsen yang tidak memberikan keterangan halal yang memasarkan produknya di negara seperti Indonesia yang berpenduduk

mayoritas muslim (Sudrajat & Septiani, 2023), produknya kurang diminati sehingga merugikan pelaku usaha sendiri. Pangan halal bagi muslim itu terbukti berkualitas dan sangat baik untuk kesehatan tubuh manusia. Adanya sertifikasi-labelisasi halal bukan saja bertujuan memberi ketentraman batin pada umat Islam tetapi juga ketenangan berproduksi bagi pelaku usaha. Apalagi dalam konteks globalisasi ekonomi dan pasar global, sertifikasi-labelisasi halal pangan makin diperlukan. Oleh karenanya, mengapa industri halal ini memiliki peluang besar untuk ikut bersanding dalam memberikan pangan yang aman, bermutu, bergizi, dan sehat. Industri halal pun sudah banyak diterapkan di negara islam lainnya, dan ada beberapa negara non islam yang telah melaksanakan industri halal ini. Karena industri halal tak hanya diberikan kepada konsumen Islam, kepada non Islam pun bisa.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena yang terkait dengan sertifikat halal dan strategi pemasaran produk halal. Penelitian ini bertujuan menggambarkan secara rinci berbagai faktor yang mempengaruhi implementasi sertifikat halal serta strategi pemasaran produk halal di indonesia.

Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah metode deskriptif analisis. Deskriptif analisis mengacu pada identifikasi sifat-sifat yang membedakan atau karakteristik sekelompok manusia, benda, dan peristiwa. Data-data yang digunakan bersumber dari publikasi yaitu buku-buku, jurnal, surat kabar, website, serta dokumen kebijakan yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas. Selanjutnya data akan dianalisis untuk dapat memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha produk halal dalam mengoptimalkan pemasaran produk mereka dengan memanfaatkan sertifikat halal.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Sertifikasi dan Labelisasi Halal**

Dengan semakin besarnya populasi muslim di dunia dan peningkatan permintaan produk halal, konsep ini tidak hanya menjadi kebutuhan religious tetapi juga menjadi elemen penting dalam strategi bisnis global. Keberlanjutan bisnis menjadi focus utama perusahaan di seluruh dunia, dimana bisnis tidak hanya mengejar keuntungan finansial tetapi juga bertanggung jawab

terhadap dampak social dan lingkungan dari operasionalnya.

Sertifikasi halal adalah sertifikasi yang dikeluarkan oleh Lembaga Penelitian Pangan, Obat dan Kosmetika (LPPOM-MUI) Majelis Ulama Indonesia, yang menunjukkan bahwa produk tersebut sesuai dengan syariat Islam (Segati, 2018: 162). Lembaga Pangan, Obat, dan Kosmetika (LPPOM) Majelis Ulama Indonesia bertanggung jawab untuk menyelidiki, mengkaji, menganalisis, dan menentukan keamanan pangan dan turunannya, obat-obatan, dan kosmetika. Memberi maklumat, merumuskan dan membimbing umat dalam perspektif Islam yang sehat dan sesuai pada syariat (yaitu halal bagi umat Islam dan baik untuk dikonsumsi), khususnya di wilayah Indonesia. (Chairunnisyah, 2017: 64).

Sertifikasi halal adalah proses sertifikasi terhadap produk atau jasa sesuai dengan ketentuan syariah Islam. Sertifikasi halal dilakukan pertama kali di Amerika Serikat pada tahun 1960-an sebagai jaminan bagi umat Muslim yang tinggal di negara non muslim agar dapat memenuhi kebutuhan sesuai dengan ketentuan agamanya. Halal merupakan persyaratan yang diwajibkan untuk setiap produk dan jasa yang dikonsumsi oleh umat Islam, dan saat ini dipertimbangkan sebagai standar kualitas produk. Standar kualitas halal diterapkan pada proses penyediaan dan produksi makanan, kosmetik, obat-obatan dan produk medis serta diterapkan pula pada pelayanan yang terkait dengan produk halal tersebut Noordin et al, 2014 dalam (Waharilnil, 2018)

Produk yang beredar di Indonesia sangat beragam, baik produk lokal maupun impor. Setiap produk harus memiliki tanda halal untuk memudahkan konsumen dalam memilih produk halal. Oleh karena itu, perlu adanya sertifikasi dan pelabelan produk untuk memberikan jaminan kehalalan produk kepada masyarakat umum khususnya umat Islam (Afronyati 2014). Sertifikasi dan pelabelan merupakan dua hal yang berbeda, namun saling berkaitan.

Sertifikasi halal merupakan proses bertahap untuk memperoleh sertifikat halal untuk membuktikan bahan, proses produksi dan Sistem Jaminan Halal (SJH) memenuhi standar LPPOM MUI. (LPPOM MUI 2008). Setelah diberlakukannya UU Jaminan Produk Halal No. 33 Tahun 2014, sertifikat halal diartikan sebagai pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia. (Panji, 2017). Di Indonesia, lembaga pelaksana sertifikat Halal sebelum berlakunya undang-undang JPH sukarela adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang secara teknis dikelola oleh Lembaga Pengkajian Makanan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM).

Label halal dengan logo halal pada kemasan produk pangan menunjukkan legalitas jaminan kehalalan pada produk tersebut. Label berisi banyak informasi dan membuat makanan kemasan legal. Label harus memuat setidaknya nama produk/merek, informasi bahan, bahan tambahan dalam formulasi, kandungan produk, informasi nutrisi, tanggal kedaluwarsa, dan informasi legalitas. (Dewi, 2020: 70-71). Sertifikasi halal adalah proses perizinan dan pemeriksaan makanan untuk otoritas yang berwenang mengeluarkan sertifikasi produk halal. Di sisi lain, pelabelan halal adalah proses permohonan izin dari organisasi berlisensi untuk membuat keputusan untuk mengizinkan pengusaha memberikan label halal pada paket makanan. Adanya sertifikasi ini, perusahaan dapat menggunakan logo “Halal” untuk dicetak pada kemasan produk atau dipajang di tempat perusahaan yang dikeluarkan oleh BPOM. (Wibasur, 2020: 70).

Pelabelan halal adalah penambahan tulisan atau penyebutan halal pada kemasan suatu produk, yang menunjukkan bahwa produk yang bersangkutan mempunyai status produk halal. Pelabelan halal dikelola oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (Badan POM). UU No. 7 Tahun 1996 tentang Peraturan Bahan Makanan memuat kewajiban untuk mencantumkan label yang mengandung setidaknya enam unsur pada pangan kemasan, yang satu-satunya bagian di antaranya adalah informasi halal. Informasi atau label kehalalan suatu produk dapat menjadi acuan bagi konsumen muslim dalam memilih dan membeli produk ini. (Desi, 2018).

Sertifikasi produk halal merupakan serangkaian proses yang harus dilalui pelaku usaha baik perseorangan ataupun badan usaha berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum untuk mendapatkan sertifikat halal. Sertifikat halal diperoleh melalui beberapa tahapan pemeriksaan untuk membuktikan bahwa bahan baku, proses produksi, dan sistem jaminan halal produk pada suatu perusahaan sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan LPPOM MUI.

Sertifikasi dilakukan dengan melakukan serangkaian pemeriksaan yang dilakukan oleh auditor yang kompeten dibidangnya untuk kemudian ditetapkan status kehalalannya. Apabila syarat-syarat halal terpenuhi, maka produsen bisa mendapatkan sertifikat halal untuk produknya. Sertifikat halal ini kemudian digunakan oleh produsen sebagai syarat untuk dapat mencantumkan label halal dan nomor registrasi halal pada kemasan produk. Label halal inilah yang biasanya digunakan oleh pelaku usaha dalam rangka memenuhi kewajiban mereka untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai kehalalan produknya. Label ini berfungsi untuk menunjukkan kepada konsumen bahwa produk tersebut merupakan produk berstatus

halal. (Faridah, 2019).

Adanya sertifikasi halal produk memberikan jaminan keamanan kepada konsumen muslim dan juga memberikan keuntungan yaitu meningkatnya daya tarik konsumen terhadap produk yang di pasaran. Sertifikasi memberikan implikasi terhadap sakralisasi agama islam, karena acuan untuk mengunsumsi atau menggunakan produk yang halal telah diatur dalam Al-Qur'an. Akan tetapi, apabila sertifikasi hanya dimanfaatkan penjual untuk menarik minat pembeli tanpa memperhatikan syarat dari kehalalan produk itu sendiri, baik itu muslim maupun yang non muslim, maka akan menghilangkan nilai sakral dari agama islam itu sendiri yang pada dasarnya mengatur segala hal yang berkaitan dengan muamalah itu sendiri. Dengan demikian, akan membangun dan membentuk sikap musyawarah, kerjasama, disiplin waktu, menjaga kebersihan asrama, kemandirian, toleransi, tawazun, kerendahan hati, amal ikhlas, dan integritas (Surawan & Sobari, 2022).

Masyarakat berperan efektif dalam membentuk kebiasaan, dan ketaatan beragama berperan penting dalam kehidupan masyarakat dengan membentuk keyakinan, pengetahuan, dan sikap. Berdasarkan kaidah Islam jelas haramnya produk atau konsumsi alkohol, daging babi, darah, bangkai, dan daging yang tidak disembelih. Makanan halal dianggap sebagai diet khusus yang ditentukan oleh nutrisi Islam. Mengonsumsi makanan halal adalah ajaran agama mereka. Kata halal berarti "melepaskan" dan "tidak terikat". hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat oleh peraturan yang memperbolehkannya dan hal-hal yang boleh dilakukan karena bebas atau tidak terikat oleh peraturan yang melarangnya.

## **2. Manfaat Sertifikasi Halal Terhadap Bisnis Halal**

Sertifikasi halal merupakan tanda bukti bahwa produk yang diperjualbelikan telah memenuhi syarat kehalalan yang ditetapkan oleh fatwa MUI. Meningkatnya populasi kelas menengah di Indonesia menjadi salah satu potensi pemasaran yang sangat besar. Terutama kaum muslim yang mencapai 87% dari total penduduk dalam negeri. Secara bertahap, beberapa produsen barang mulai mengarahkan pemasaran khusus menyasar muslim kelas menengah, dan tak segan memberikan jaminan halal melalui sertifikasi halal. Dengan demikian, sertifikasi halal memberikan manfaat yang besar bagi konsumen, produsen, maupun pemerintah. Beberapa manfaat tersebut di antaranya sebagai berikut:

### **a. Sertifikat Halal Menjamin Keamanan Produk Yang Dikonsumsi**

Untuk mendapatkan sertifikat halal harus melalui tahapan yang ketat, dimulai dari

awal produk tersebut diproduksi hingga produk tersebut terjual, itu semua tidak terlepas dari penilaian untuk sampai mendapatkan sertifikasi halal. Prosedur sertifikasi halal yang ketat, membuat kita menyakini bahwa produk atau barang kita terjamin kehalalannya dan untuk dikonsumsi atau dipakai. Dengan memiliki sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh lembaga yang terpercaya, tentunya ini meningkatkan keamanan dan kepercayaan masyarakat akan produk tersebut.

Sistem jaminan halal mempersyaratkan bahwa proses produksi harus menerapkan cara produksi yang halal dan *thayyib*, artinya benar dan baik sejak dari penyediaan bahan baku sampai siap dikonsumsi oleh konsumen. Untuk memastikan itu, maka bahan baku harus aman dari cemaran biologis, kimiawi, fisikawi, dan bahan haram. (Sulistiyono, 2016). Proses produksi harus menggunakan alat dan tempat yang bersih dan higienis serta terhindar dari najis. Demikian juga penggunaan bahan tambahan dan penolong dalam produksi harus sesuai dengan ketentuan yang membolehkannya. Di industri besar implementasi Sistem Jaminan Halal juga sering digabung dengan sistem HACCP dengan menambahkan item haram sebagai komponen hazard yang harus diwaspadai. Dengan penerapan SJH, maka produsen dipastikan hanya akan menghasilkan produk yang aman (*halal dan thayyib*) untuk dikonsumsi oleh konsumen.

b. Sertifikasi Halal Menjadi Tiket Untuk Mendapat Akses Pasar Global

Produk yang memiliki sertifikasi halal akan memiliki kesempatan untuk memasarkan produknya di Negara muslim lainnya selain Indonesia, contohnya Malaysia. Selain bersaing dengan produk dalam negeri, produk-produk halal Indonesia juga dapat bersaing dengan produk luar negeri karena tidak semua produk.

c. Sertifikat Halal Memberikan Ketenteraman Batin Bagi Masyarakat

Sertifikasi halal memberikan ketenteraman dan keamanan lahir dan batin bagi konsumen. Bagi masyarakat yang menyadari pentingnya produk halal akan merasa waswas ketika menjumpai produk yang akan dibeli belum ada logo halal yang disahkan MUI, karena mereka yakin bahwa tanda kehalalan merupakan hal penting bagi suatu produk agar aman dikonsumsi atau digunakan. Dalam skala lokal, tidak jarang kasus bakso yang menggunakan daging babi, celeng, kucing, tikus, dan sebagainya bisa diredam dengan penerapan sistem jaminan halal (Prasetya 2015). Isu ini akan lebih berat jika pemilik usahanya adalah nonmuslim. Banyak kejadian bahwa pemohon sertifikat halal yang

nonmuslim akan lebih bersungguh-sungguh dalam mengupayakan sistem jaminan halal (Sumarsongko 2016). Dengan fakta-fakta tersebut, sertifikasi halal terbukti mampu membantu pemerintah menjaga kestabilan sosial ekonomi.

Dengan adanya sertifikasi halal konsumen tidak perlu khawatir lagi dengan makanan yang mengandung sesuatu yang haram seperti mengandung babi atau hal haram lainnya karena produk yang dikonsumsi sudah mengantongi sertifikasi halal sehingga sudah pasti terjamin kehalalannya. Sertifikasi halal menjadi jaminan ketika konsumen akan membeli suatu produk, baik itu makanan, minuman, kosmetik, obatobatan dan lainnya. Semua produk yang melalui proses sertifikasi halal, telah melewati berbagai standard yang didesain untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. (Sulistiyo, 2016). luar negeri sudah memiliki logo halal. Sebagai contoh coklat atau oleh-oleh dari luar negeri. Walaupun tidak terindikasi memiliki kandungan babi atau hewan haram lainnya tetapi konsumen muslim tidak tahu bagaimana cara pembuatan atau pengolahannya.

d. Sertifikat Halal Memberikan Perlindungan Terhadap Produk Dalam Negeri dari Persaingan Global

Memasuki era pasar bebas, Indonesia dipastikan menjadi pasar yang paling menjanjikan. Jumlah penduduk dan wilayah geografis yang membentang dari Sabang sampai Merauke sudah pasti akan memerlukan berbagai kebutuhan konsumsi. Pasar ini menjadi kekuatan luar biasa jika dapat dipenuhi oleh produk-produk lokal. Namun, jika produk lokal tidak mampu memberikan jaminan kualitas maka produk luar negeri yang sejenis akan segera mengambil alih pasar tersebut. Salah satu contoh adalah produk daging ayam. Kewajiban sertifikasi halal produk asal hewan untuk masuk Indonesia sedikit banyak dapat meredam banjirnya daging impor (Putra 2014). Kasus impor paha ayam dari Amerika yang tidak dapat masuk ke Indonesia karena tidak disertai jaminan kehalalan sempat menjadi alat pelindung bagi peternak ayam lokal. Dengan selisih harga yang sangat jauh, maka impor paha ayam tersebut dapat mematikan ribuan usaha peternak ayam lokal.

### 3. Produk Halal

Halal merupakan istilah dari bahasa Arab yang artinya diperbolehkan, legal, dan sesuai hukum Islam atau syariah. Jika dikaitkan dengan produk farmasetik, makanan, dan minuman, maka halal dapat dimaknai sebagai produk farmasetik, makanan atau minuman yang

diperbolehkan untuk dikonsumsi oleh seorang muslim. Berikut berbagai aturan tentang kehalalan dan keharaman suatu produk:

- a. Segala sesuatu pada dasarnya adalah diperbolehkan, dengan beberapa pengecualian yang dilarang secara khusus.
- b. Menghalalkan dan mengharamkan suatu produk apapun merupakan hak Allah SWT semata.
- c. Mengharamkan yang halal dan menghalalkan yang haram serupa dengan syirik (mensekutukan Allah SWT).
- d. Alasan mendasar diharamkannya segala sesuatu adalah timbulnya keburukan dan bahaya.
- e. Pada yang halal terdapat sesuatu yang bisa menghindarkan dari yang haram. Allah SWT hanya melarang segala sesuatu yang diperlukan dengan menggantinya dengan sesuatu pilihan yang lebih baik.
- f. Apapun yang membawa ke produk non-halal adalah tidak diperbolehkan.
- g. Bersiasat atas produk yang non-halal adalah tidak dibenarkan.
- h. Niat yang baik tidak dapat membenarkan yang haram.
- i. Menjauhkan diri dari sesuatu atau produk yang syubhat (meragukan) adalah dianjurkan karena takut terjatuh pada produk yang non-halal.
- j. Tidak ada memilah-milah terhadap suatu produk non halal.

Sedangkan menurut UU JPH, produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal menurut syariat Islam, dan jaminan produk halal adalah kepastian hukum produk halal yang dibuktikan dengan sertifikat halal. Namun Al-Qur'an menegaskan bahwa makanan dan minuman yang diharamkan antara lain zat besi, darah, daging babi dan daging hewan yang disembelih dengan nama selain Allah SWT, dan Khamr atau minuman yang memabukkan. Padahal, jumlah yang diharamkan Allah SWT untuk dimakan sangat sedikit.

Selain itu, semua yang ada di bumi pada dasarnya halal kecuali yang dilarang secara khusus dalam Al-Qur'an dan Hadits. Oleh karena itu, secara umum dapat diartikan bahwa produk halal adalah produk yang memenuhi persyaratan halal menurut hukum Islam.

- a. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
- b. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran, dan lain sebagainya.
- c. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.

- d. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur dalam syariat Islam.
- e. Semua makanan yang tidak mengandung khamr.

Namun perkembangan teknologi telah melahirkan berbagai produk olahan yang diragukan kehalalannya. Bahan-bahan haram tersebut banyak digunakan sebagai bahan baku, bahan tambahan atau eksipien dalam berbagai produk olahan karena dianggap lebih ekonomis. Oleh karena itu, halal dan haram suatu produk seringkali tidak jelas karena tercampur dengan bahan-bahan yang diragukan kehalalannya. Hal ini menimbulkan keragu-raguan atau keraguan terhadap berbagai produk olahan dan tidak jelasnya status kehalalannya.

Berdasarkan hal tersebut di atas, Komisi Fatwa MUI menyimpulkan bahwa semua produk olahan pada hakikatnya adalah syubhat. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian dan analisa sebelum menentukan status halal atau haram suatu produk. Hal ini dilakukan untuk melindungi umat Islam dalam mengkonsumsi produk tersebut.

#### **4. Undang-Undang Jaminan Produk Halal**

Doktrin halalan thoyyib (halal dan baik) sangat perlu untuk diinformasikan secara efektif dan operasional kepada masyarakat disertai dengan tercukupinya sarana dan prasarana. Salah satu sarana penting untuk mengawal doktrin halalan thayyib adalah dengan hadirnya pranata hukum yang mapan, sentral, humanis, progresif, akomodatif dan tidak diskriminatif yakni dengan hadirnya Undang- Undang Jaminan Produk Halal.(Sofyan Hasan, 351).

Ada beberapa faktor yang melatarbelakangi pentingnya UU-JPH, *pertama*, banyak peraturan perundang-undangan yang mengatur atau terkait dengan produk halal yang ada masih belum memberikan kepastian hukum dan jaminan hukum kepada konsumen untuk dapat mengkonsumsi produk halal sehingga masyarakat sulit membedakannya antara produk halal dan haram. Selain itu, peraturan produk masih sangat terbatas pada bahan pangan dan belum mencakup obat-obatan, kosmetik, produk kimia, produk biologi, atau rekayasa genetika. *Kedua*, belum adanya kepastian hukum dengan lembaga mana negara secara jelas terlibat dalam menjamin produk halal. Sistem yang ada saat ini belum memberikan kepastian yang jelas mengenai kewenangan, tanggung jawab dan tugas pelaksanaan JPH, termasuk koordinasi.

*Ketiga*, akibat kemajuan teknologi pangan, rekayasa teknologi, bioteknologi, dan proses kimia biologis, semakin sulit pengendalian distribusi dan produk di pasar dalam negeri.

*Keempat*, produk halal Indonesia masih belum memiliki standar dan merek halal resmi (standar halal nasional) yang ditetapkan pemerintah, seperti di Singapura, Amerika Serikat, dan Malaysia. Kelima, sistem informasi produk halal masih belum memenuhi tingkat pengetahuan dan kebutuhan masyarakat tentang produk halal.

Setelah melalui proses yang panjang, akhirnya DPR menyetujui Undang-Undang Nomor 33 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH) Undang-undang ini digagas DPR RI pada tahun 2004-2009 dan dibahas DPR RI bersama pemerintah pada tahun 2009-2014. Menariknya, seluruh partai di DPR, baik partai maupun penyuluh, secara bulat menyetujui UUJPH. Kelompok Partai Perdamaian dan Sejahtera (PDS) menolak Undang-Undang Jaminan Produk Halal (RUU-JPH). PDS melalui anggotanya menolak adanya jaminan bahwa produk halal diatur oleh undang-undang. Cukup memahami apakah suatu produk atau makanan halal menurut suatu pihak atau tidak, serahkan pada agama anda yang menentukan aturannya.

## **5. Cara Pemasaran Produk Halal Dalam Islam**

Untuk membangun sebuah strategi pemasaran yang efektif, suatu perusahaan menggunakan variabel-variabel bauran pemasaran (marketing mix), yang terdiri atas produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion). Selanjutnya, dalam bisnis Islami sangat mengedepankan adanya konsep rahmat dan ridha, baik dari penjual pembeli, sampai dari Allah SWT. Dengan demikian, aktivitas pemasaran harus didasari pada etika dalam pemasarannya. Beberapa cara dan etika Rasulullah SAW dalam membangun citra dagangannya adalah penampilan, pelayanan, persuasi dan pemasaran hanya dengan kesepakatan bersama.

Jadi dalam pemasaran produk halal (syariah marketing) kita dapat melakukan penerapan bisnis yang sesuai dengan nilai dan kaidah agama. Ada empat hal yang menjadi Key Success Factors (KSF) dalam mengelola suatu bisnis agar mendapat celupan nilai-nilai moral yang tinggi. Untuk memudahkan mengingat, kita singkat dengan SAFT, yaitu shiddiq ( benar dan jujur), amanah (terpercaya), fathanah (cerdas) dan thabligh (komunikatif).

Kemudian dalam kegiatan pemasaran ada beberapa hal yang perlu di perhatikan:

- a. Perusahaan haru dapat menjamin produknya. Jaminan yang dimaksud mencakup aspek material dan non material. Aspek material itu mencakup mutu bahan, mutu pengolahan, dan mutu penyajian. Sementara itu aspek nonmaterial mencakup, kehalalan dan keisalaman dalam penyajian.

- b. Perusahaan harus menjamin manfaat produknya. Suatu produk dikatakan bermanfaat apabila memberikan dampak baik dan memiliki manfaat bagi konsumennya.
- c. Perusahaan harus dapat menjelaskan tentang sasaran atau konsumen dari produk yang dimiliki oleh perusahaan. Disini perusahaan tersebut harus mengetahui target konsumen, serta dapat menjelaskan dan meyakinkan konsumen tentang produk perusahaan.

Jaminan kehalalan suatu barang atau produk merupakan kunci utama dalam kriteria konsumen halal. Jaminan kehalalan dapat dilakukan oleh siapa saja dengan dalil bahwa apa yang dilakukan menurut syariat-Nya yang mana mereka menerapkan dalam produksinya maka itu adalah benar dan sah.

## **PENUTUP**

Sertifikasi halal merupakan elemen penting dalam industri produk halal di Indonesia, mengingat sebagian besar penduduknya beragama Islam. Sertifikasi ini tidak hanya menjamin kehalalan produk sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk di pasar domestik maupun internasional.

Dalam strategi pemasaran, bisnis produk halal di Indonesia harus mengedepankan pendekatan yang menggabungkan aspek keagamaan, kualitas produk, serta inovasi digital. Dalam hal ini penekanan strategi dilakukan dengan mengedepankan pada pembangunan aspek industri produk halal domestic dan menciptakan jaringan bisnis pada market global yang akan menumbuhkembangkan industri produk halal Indonesia merajai market global. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan efektifitas, efisilensi, dan keberlanjutan dalam pembangunan industri produk halal serta membuat prioritas pembangunan menjadi rasional dan tepat sasaran. Karena itu pelibatan masyarakat dalam proses pengembangan industri produk halal menjadi sangat penting dalam rangka mengoptimalkan sumber daya yang ada serta menciptakan iklim komunikasi yang baik antara pemerintah dan masyarakat.

Pentingnya peran Usaha Kecil Menengah tidak dapat disangka mampu menciptakan, memperluas dan memperkuat struktur dasar pengembangan industri makanan halal di Indonesia. Keberhasilan negara dalam memimpin pengembangan sistem halal di sektor makanan harus dimanfaatkan sepenuhnya oleh pengusaha yang sebagian besar bergerak di industri makanan dan

minuman. Aspek pemasaran dalam berwirausaha merupakan tantangan utama yang dihadapi oleh pengusaha kecil karena kurangnya modal dan kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran. Masalah pemasaran dan pasar selalu menjadi kendala bagi industri kecil untuk berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Panji. (2017). “Kedudukan Sertifikasi Halal dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam”. *Amwaluna* 1. no. 1.
- Afronyati, L. (2014). Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal oleh Majelis Ulama Indonesia. *Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik*.
- Bayu Sudrajat. (2023). Strategi Pelayanan Tour Leader Biro Haji dan Umroh Untuk Meningkatkan Repeat Order Calon Jamaah Pada PT. Impresa Media Wisata. *An-Nawa: Jurnal Studi Islam*, 5(2), 149–160. <https://doi.org/10.37758/annawa.v5i2.774>
- Dewi, N. S. (2020). Kajian Kesadaran Konsumsi Pangan Halal Pada Pelajar Sltip. *Indonesian Journal Of Halal*.
- Faridah, H. D. (2019). Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi. *Journal of Halal Product And Research*.
- Fatimah, Nur ”jaminan produk halal di indonesia”: *jurnal likuid*, vol. 1, No 1 (2021)
- Firdaus, D. A., & Masngudi, M. (2023). Comparative Analysis of Waqf Link Governance of Sukuk (CWLS) Money to Finance Infrastructure in the Perspective Studies of Law Number 41 of 2004 and Sharia Economic Law Study. *Wealth: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 135–160. <https://doi.org/10.24090/wealth.v2i2.9676>
- Handayani Tati, Anwar Muhammad Fathono. (2019). *Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta.
- Hasan, Sofyan. (2014). *Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif, Regulasi dan Implementasinya di Indonesia*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Imronah, A., & Nginayati, E. (2024). *The Role of Women in Family Economy in Kalipurwo Village : A Social and Islamic Economic Analysis*. 04(02), 136–146.
- Ismatulloh, A. M., & Jannah, Z. (2024). Al Qur ’ an dalam Praktik Sosial: Hafizah Sebagai Agen Transformasi. *UlumulQur’an: Jurnal IlmuAl-Qur’an Dan Tafsir*, 4(September).
- Prihatta, Swara Hajar. (2018). *Pemasaran Dalam Perspektif Islam*”: *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8, No 1.
- Sanjaya, M. I. (2022). Kerelaan Dalam Transaksi Jual Beli Menurut Teks Ayat Dan Hadis Ahkam Jual Beli (Telaah Yuridis Dan Sosiologis). *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2), 587–595. <https://doi.org/10.55681/sentri.v1i2.255>
- Sudrajat, B. (2024). Pemberdayaan Ekonomi Lokal Melalui Pengolahan Kotoran Kambing Pada Kelompok Ternak Kambing Di Desa Karangpucung Kecamatan Karangpucung. *MARTABE : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(3), 973–982.

- Sudrajat, B., & Septiani, W. (2023). Peran Aspek Budaya Dalam Peningkatkan Kelayakan Bisnis Syariah. *Prosiding Seminar Internasional Peluang Dan Tantangan Perguruan Tinggi Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0*, 1(1), 378–385.
- Sudrajat, B., & Wahyuningsih, A. (2023). Manajemen Pengaturan Jam Kerja Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan Menggunakan Pendekatan Gender Di Apotek Enggal Sehat Majenang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 9(2), 105–114. <https://doi.org/10.37058/jem.v9i2.7972>
- Sudrajat, B., Yasin, R., Marlvasa, L. S., Manajemen, P., Syariah, B., & Tengah, J. (2024). Peran Tradisi Gotong Royong Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Di Desa Karangpucung Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *AT-THARIQ: Jurnal Studi Islam Dan Budaya*, 04(02).
- Warto, Samsuri. (2020). *Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di indonesia* " jurnal Al-mall, Vol. 2, No. 1, Juli, 2020.