

## PERAN SERTIFIKASI DAN LABELISASI HALAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

Aulia Putri<sup>1</sup>, Ahda Irmadona<sup>2</sup>, Lisnawati<sup>3</sup>

Universitas Islam Negeri Palangka Raya, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

Corresponding Author: [auliaputriff@gmail.com](mailto:auliaputriff@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [ahdairmadona@gmail.com](mailto:ahdairmadona@gmail.com)<sup>2</sup>, [lisnawati@uin-palangkaraya.ac.id](mailto:lisnawati@uin-palangkaraya.ac.id)<sup>3</sup>

### Info Artikel

**Submitted:** 19 Maret 2026

**Revised:** 31 Maret 2026

**Accepted:** 06 April 2026

**Published:** 10 April 2026

**Keywords:** Halal Certification, Halal Labeling, MSMEs, Consumer Protection

**Kata Kunci:** Sertifikasi Halal, Labelisasi Halal, UMKM, Perlindungan Konsumen

### Abstract

This study is motivated by the awareness of Muslim consumers regarding product halalness and the importance of halal certification and labeling for the competitiveness of MSMEs in Indonesia. The research problem focuses on how the concept, urgency, and implementation of halal certification and labeling contribute to consumer protection and business strengthening. This study aims to analyze the concept of halal certification and labeling, explain their urgency for MSMEs and consumers, and identify challenges in their implementation. The research employs a qualitative method, using library research and a descriptive-analytical approach. Data were collected from relevant journals, books, regulations, and documents. The findings show that halal certification provides legal certainty and assurance of product permissibility, while halal labeling helps consumers identify products that are safe and compliant with Islamic law. For MSMEs, both increase market trust and competitiveness. It is concluded that halal certification and labeling perform religious, legal, and economic functions.

### Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kesadaran konsumen muslim terhadap kehalalan produk serta pentingnya sertifikasi dan labelisasi halal bagi daya saing UMKM di Indonesia. Permasalahan penelitian ini fokus pada bagaimana konsep, urgensi, dan implementasi sertifikasi serta labelisasi halal berperan dalam perlindungan konsumen dan penguatan usaha. Penelitian ini bertujuan menganalisis konsep sertifikasi dan labelisasi halal, menjelaskan urgensinya bagi UMKM dan konsumen, serta mengidentifikasi tantangan pelaksanaannya. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan jenis studi pustaka dan pendekatan deskriptif-analitis. Data diperoleh dari jurnal, buku, regulasi, dan dokumen resmi yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memberikan kepastian hukum dan jaminan kehalalan produk, sedangkan labelisasi halal memudahkan konsumen dalam mengenali produk yang aman dan sesuai syariat. Bagi UMKM, keduanya meningkatkan kepercayaan pasar dan daya saing. Disimpulkan bahwa sertifikasi dan labelisasi halal memiliki fungsi keagamaan, yuridis, dan ekonomis yang strategis.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

**Publisher:** Lembaga Penerbit Penelitian Nusantara

### Pendahuluan

Bisnis UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dewasa ini tengah menghadapi

tantangan yang kompleks dalam meningkatkan daya saing dan kepercayaan konsumennya. Salah satu strategi efektif untuk menghadapi tantangan ini adalah melalui sertifikasi dan labelisasi halal. Sertifikasi halal bukan hanya sekedar syarat formal, tetapi juga merupakan bentuk jaminan keabsahan dan kehalalan produk yang diproduksi. Dalam era globalisasi dan perkembangan ekonomi yang pesat, kesadaran masyarakat akan pentingnya produk halal telah mengalami peningkatan yang signifikan.

Hal ini tidak hanya terbatas pada aspek keagamaan semata, tetapi juga mencakup dimensi kesehatan, kebersihan, dan etika bisnis yang lebih luas. Di Indonesia, negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, sertifikasi dan labelisasi halal telah menjadi isu yang semakin krusial, terutama bagi para pelaku UMKM. Sertifikasi halal mampu menjadi strategi nilai tambah untuk UMKM, tidak hanya sebagai bukti kepatuhan terhadap hukum syariah, tetapi juga sebagai jaminan kualitas produk yang memperkuat posisi mereka dalam persaingan pasar domestik dan internasional (Rachman et al., 2023).

Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran konsumen akan pentingnya kehalalan produk semakin meningkat, terutama di kalangan masyarakat Muslim. Konsumen semakin selektif dan enggan mengonsumsi produk yang tidak memiliki sertifikat halal. Meningkatnya kesadaran konsumen terhadap halal lifestyle mendorong UMKM untuk menjadikan sertifikasi halal sebagai kebutuhan strategis, bukan lagi sekedar formalitas administratif (Rachim & Santoso, 2021)

Istilah "halal" mengacu pada segala sesuatu yang diperbolehkan menurut hukum Islam. Dalam konteks makanan dan minuman, halal mengacu pada makanan yang disiapkan dan dikonsumsi sesuai dengan pedoman diet Islami. Muslim diwajibkan untuk mengikuti pantangan makanan tertentu yang digariskan dalam Al Quran, seperti menghindari daging babi, alkohol, dan daging dari hewan yang tidak disembelih menurut pedoman Islam (Setiawan, 2020). Label halal pada produk makanan menunjukkan bahwa makanan tersebut telah disiapkan sesuai dengan pedoman ini dan dianggap halal untuk dikonsumsi oleh umat Islam (Akib, 2020)

Perlu dicatat bahwa tidak semua Muslim mengikuti interpretasi pedoman halal yang sama, dan mungkin ada variasi dalam apa yang dianggap halal tergantung pada perbedaan budaya dan daerah (Kusumaningtyas & Ari Prasetyo, 2022). Selain itu, tidak semua produk makanan yang halal diberi label seperti itu, karena itu bukan keharusan bagi produsen untuk melakukannya. Namun, banyak perusahaan memilih untuk melabeli produk mereka sebagai halal untuk menarik konsumen Muslim.

Label halal adalah sertifikasi yang menunjukkan bahwa produk tertentu telah disiapkan dan

diproduksi sesuai dengan hukum dan pedoman Islam. Makanan dan minuman halal adalah yang diperbolehkan menurut hukum Islam (Ilham & Saifullah, 2022), dan label memberikan jaminan kepada konsumen Muslim bahwa produk tersebut aman dan halal untuk dikonsumsi. Label halal merupakan pertimbangan penting bagi banyak konsumen Muslim, karena memungkinkan mereka untuk membuat pilihan informasi tentang makanan dan minuman yang mereka konsumsi dan memastikan mereka mematuhi keyakinan agama mereka (Aisyah et al., 2021)

Urgensi isu ini semakin terlihat ketika ditempatkan dalam lanskap ekonomi nasional yang sangat ditopang oleh UMKM. Pemerintah mencatat bahwa jumlah UMKM di Indonesia telah melampaui 64,2 juta unit usaha dan menyumbang sekitar 61,9% terhadap produk domestik bruto nasional. Besarnya porsi tersebut menunjukkan bahwa pembahasan mengenai sertifikasi halal bukanlah persoalan pinggiran kota, melainkan berkaitan langsung dengan kekuatan ekonomi nasional. Jika pelaku UMKM mampu mengintegrasikan sertifikasi halal ke dalam praktik usahanya, maka manfaatnya tidak hanya dirasakan pada tingkat kepatuhan, tetapi juga pada tingkat pertumbuhan usaha, perluasan pasar, dan penguatan daya saing produk lokal (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, 2023).

Data resmi BPJPH menunjukkan bahwa hingga November 2024 terdapat 5.575.021 produk yang telah bersertifikat halal dan angka tersebut berasal dari 1.547.271 pelaku usaha. Dari jumlah itu, pelaku usaha mikro merupakan kelompok terbesar, yaitu 1.496.679 unit, sedangkan pelaku usaha kecil berjumlah 44.625 unit. Data ini menampilkan dua hal sekaligus. Di satu sisi, terdapat perkembangan yang cukup besar dalam penerapan sertifikasi halal. Namun di sisi lain, jika dibandingkan dengan jumlah total UMKM di Indonesia, angka tersebut juga menunjukkan bahwa masih sangat banyak pelaku usaha yang belum tersertifikasi. Oleh karena itu, kebutuhan akan edukasi, pendampingan, dan fasilitasi sertifikasi halal masih sangat besar (BPJPH, 2024).

Dari perspektif kebijakan, negara sebenarnya telah menunjukkan keseriusan dalam membangun ekosistem jaminan produk halal. Pemerintah bahkan memberi kelonggaran waktu bagi UMKM dalam menyediakan kewajiban sertifikasi halal hingga tahun 2026, disertai perluasan layanan dan fasilitas pembiayaan agar pelaku usaha memiliki kesempatan yang lebih mampu untuk menyesuaikan diri. Pada tahun 2025, BPJPH juga membuka kuota 1 juta sertifikat halal gratis bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Kebijakan ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal dipandang bukan sekedar kewajiban regulatif, melainkan bagian dari strategi perlindungan konsumen dan penguatan usaha lokal agar mampu bersaing dengan produk impor maupun produk sejenis di pasar domestik (Kementerian Agama RI, 2024).

Sejalan dengan data tersebut, berbagai penelitian mutakhir menegaskan bahwa sertifikasi halal memiliki hubungan erat dengan kepercayaan konsumen dan perkembangan usaha. Studi tinjauan literatur sistematis menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen dan pertumbuhan penjualan UMKM, sehingga fungsinya melampaui simbol kepatuhan dan menjelma menjadi strategi pemasaran yang efektif (Muntholip & Setiawan, 2025).

Temuan lain menunjukkan bahwa labelisasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pemasaran, mendorong loyalitas pelanggan, serta membangun citra produk UMKM secara lebih kuat (Kristin et al., 2024). Pada tingkat perilaku konsumen, penelitian kuantitatif juga menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, karena konsumen cenderung merasa lebih aman dan yakin ketika produk telah memiliki identitas halal yang jelas (Astutik, 2024).

Meskipun demikian, berbagai penelitian juga menunjukkan bahwa penerapan sertifikasi halal belum sepenuhnya berjalan mulus. Penelitian pada pelaku usaha menunjukkan bahwa masih banyak UMKM yang belum memahami pentingnya sertifikasi halal secara utuh, baik dari sisi hukum maupun dari sisi nilai ekonominya. Hambatan yang sering muncul antara lain keterbatasan informasi, rendahnya literasi digital, dan anggapan bahwa prosedur administrasi masih rumit. Bahkan, penelitian di Bangkalan menemukan bahwa 16,6% pelaku usaha yang menganggap pencantuman logo halal diperbolehkan sebelum memperoleh sertifikasi resmi, sementara hanya 26,6% yang mengetahui adanya sanksi hukum atas penggunaan label halal palsu. Fakta ini menunjukkan bahwa masalah utama bukan hanya pada akses sertifikasi, tetapi juga pada kualitas literasi hukum dan literasi halal di kalangan pelaku usaha (Kristin et al., 2024).

Berdasarkan data dan literatur tersebut, penelitian mengenai sertifikasi dan labelisasi halal menjadi relevan untuk dilakukan karena menyentuh tiga kepentingan sekaligus, yaitu kepentingan agama, perlindungan konsumen, dan penguatan ekonomi UMKM. Dalam kerangka ini, sertifikasi halal tidak cukup dipahami sebagai prosedur administratif yang selesai pada penerbitan dokumen, tetapi harus ditempatkan sebagai bagian dari tata kelola usaha yang etis, akuntabel, dan responsif terhadap kebutuhan konsumen muslim. Oleh karena itu, kajian ini penting untuk memperjelas bagaimana sertifikasi dan labelisasi halal bekerja sebagai instrumen jaminan produk halal sekaligus sebagai strategi penguatan daya saing usaha di Indonesia (Nasrudin & Nursari, 2025).

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dapat dipahami bahwa sertifikasi dan labelisasi halal tidak hanya berkaitan dengan aspek keagamaan, tetapi juga mencakup perlindungan konsumen, kepastian hukum, serta penguatan daya saing UMKM. Namun dalam praktiknya masih dijumpai

berbagai permasalahan, mulai dari pemahaman yang belum utuh mengenai konsep sertifikasi halal, prosedur pengajuan yang belum sepenuhnya dipahami oleh pelaku usaha, hingga tantangan implementasi yang mempengaruhi optimalisasi jaminan produk halal.

Atas dasar itu, kajian ini diarahkan untuk menjawab bagaimana konsep sertifikasi dan labelisasi halal dipahami dalam konteks jaminan produk halal, bagaimana prosedur sertifikasi halal diterapkan di Indonesia, mengapa sertifikasi dan labelisasi halal menjadi penting bagi UMKM dan konsumen, serta tantangan apa saja yang muncul dalam pelaksanaannya. Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis konsep sertifikasi dan labelisasi halal sebagai bagian dari sistem jaminan produk halal di Indonesia.

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menjelaskan prosedur sertifikasi halal yang berlaku, mengkaji urgensi sertifikasi dan labelisasi halal bagi penguatan UMKM dan perlindungan konsumen, serta mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi dalam penerapannya berikut kemungkinan solusinya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran sertifikasi dan labelisasi halal, baik dalam perspektif hukum, ekonomi, maupun kepentingan masyarakat sebagai konsumen.

## **Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah library research (studi pustaka) dengan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, laporan resmi, maupun dokumen dokumen lainnya yang kredibel dan relevan. (Saadah et al., 2022)

## **Hasil dan Pembahasan**

### **1. Definisi dan Sertifikasi Halal**

Kata “sertifikasi” dalam KBBI merupakan “penyertifikatan”. Sertifikasi dapat dikatakan sebagai proses pemberian sertifikasi atau bukti formal sebagai pengakuan yang diberikan lembaga kepada suatu produk. Sertifikasi diartikan suatu penetapan atau ketentuan yang diberikan kepada suatu lembaga. Lembaga tersebut berwenang untuk memberikan petunjuk terhadap seseorang, bahwa seseorang dapat menjalankan usaha yang spesifik mungkin dengan baik. Produk yang telah bersertifikasi dapat dilakukan secara peridoe atau berkala. Adanya sertifikasi bertujuan untuk menegaskan dan memberikan petunjuk keaslian produk, sehingga bisa diterima oleh semua kalangan masyarakat.

Definisi Halal Pengertian dari Halal dalam bahasa Arab yaitu dibolehkan (legal) sesuai dengan syariat Islam. Halal didoktrin dengan kata halalan toyyib (halal dan baik) secara efektif dan operasional dapat diinformasikan kepada semua orang mengenai tercukupinya semua sarana dan prasarana yang sudah ada. Adanya hukum yang mengatur, yang terpusat dan tidak deskriminatif yaitu dengan adanya hukum jaminan halal. Dalam ajaran Islam, mendapatkan barang yang halal sangat dianjurkan, karena untuk memenuhi kebutuhan hidup harus mengkonsumsi barang yang halal, agar bisa menjalankan ibadah dengan baik. Sebagai seorang pebisnis dalam mengeluarkan produknya harus memperoleh sertifikasi halal dari BPJH. Hal tersebut wajib untuk mencantumkan dalam kemasan produk. Jika seorang pebisnis dalam mengeluarkan produknya tidak memberikan informasi tentang kehalalan produk, maka pebisnis tersebut bisa mendapatkan sanksi dari badan hukum. Oleh sebab itu, halal dalam hal ini harus memenuhi standard hukum syariah.

Sertifikasi halal dan labelisasi halal merupakan dua kegiatan yang berbeda tetapi mempunyai keterkaitan satu sama lain. Hasil dari kegiatan sertifikasi halal adalah diterbitkannya sertifikat halal, apabila produk yang dimaksudkan telah memenuhi ketentuan sebagai produk halal. Keberadaan sertifikasi sebenarnya tujuannya adalah sebagai pengakuan secara legal formal bahwa produk yang dikeluarkan telah memenuhi ketentuan halal, sehingga dapat menenteramkan batin konsumen dalam mengkonsumsinya. Sedangkan labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Keberadaan sertifikasi sebenarnya tujuannya adalah sebagai pengakuan secara legal formal bahwa produk yang dikeluarkan telah memenuhi ketentuan halal, sehingga dapat menenteramkan batin konsumen dalam mengkonsumsinya. Sedangkan labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.

## **2. Prosedur Sertifikasi Halal di Indonesia**

Di Indonesia melibatkan tiga lembaga utama, yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) sebagai badan pemeriksa halal, serta Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai pihak yang menetapkan kehalalan produk (Karimah, 2018). BPJPH berperan dalam penyelenggaraan jaminan produk halal secara keseluruhan. Sementara itu, LPPOM MUI bertugas melakukan pemeriksaan dokumen, menjadwalkan serta melaksanakan audit, mengadakan rapat auditor, menyusun audit memorandum, dan menyampaikan hasilnya kepada Komisi Fatwa MUI (Faridah, 2019). Berdasarkan hasil audit tersebut, Komisi Fatwa MUI kemudian menetapkan status

kehalalan produk dan menerbitkan Ketetapan Halal. Proses sertifikasi halal dimulai dengan pengajuan permohonan Surat Tanda Terima Dokumen (STTD) kepada BPJPH. Pendaftaran untuk pemeriksaan dapat dilakukan secara daring melalui sistem CEROL. Setelah itu, LPPOM MUI akan melaksanakan preaudit, yang didahului dengan pembayaran oleh perusahaan. Tahap selanjutnya adalah audit lapangan yang dilakukan berdasarkan kesepakatan jadwal antara auditor dan perusahaan. Dalam pelaksanaan audit, auditor menilai penerapan Sistem Jaminan Halal (SJH) yang mencakup sebelas kriteria utama seperti kebijakan halal, tim manajemen halal, pelatihan, bahan, fasilitas produksi, produk, dan prosedur aktivitas kritis. Hasil audit kemudian dibahas dalam pertemuan auditor serta melalui uji laboratorium terhadap sampel produk. Setelah dilakukan evaluasi kelayakan SJH, hasilnya diserahkan ke Komisi Fatwa untuk penetapan kehalalan. Terakhir, BPJPH menerbitkan sertifikat halal berdasarkan keputusan MUI tersebut.

### **3. Pencantumkan Label Halal**

Meskipun demikian, perlu dipahami pula bahwa sertifikasi diwajibkan bagi pelaku usaha yang mengklaim produknya halal<sup>11</sup> Dan bagi pelaku usaha yang telah memperoleh sertifikasi halal, berkewajiban untuk mencantumkan label halal. Menurut ketentuan Pasal 38 UU JPH, label halal dicantumkan pada kemasan produk, bagian tertentu produk, dan atau tempat tertentu pada produk. Pencantuman label halal harus mudah dilihat dan dibaca, serta tidak mudah dihapus, dilepas, dan dirusak (vide Pasal 39 UU JPH). Dan jika pelaku usaha melakukan penyimpangan terhadap ketentuan pencantuman label halal, akan dikenakan sanksi, berupa teguran lisan, peringatan tertulis dan atau pencabutan sertifikasi halal. Sementara bagi produk yang mengandung unsur haram menurut syariat islam, semisal babi atau alkohol, menjadi pengecualian. Hal ini diatur dalam Pasal 26 ayat 1 UU JPH, yang menyebutkan bahwa pelaku usaha yang memproduksi produk dari bahan yang berasal dari yang diharamkan, dikecualikan dari mengajukan permohonan Sertifikasi Halal. Akan tetapi bagi pelaku usaha, berkewajiban untuk mencantumkan keterangan tidak halal pada produknya<sup>12</sup> (vide pasal 26 ayat 2)., “keterangan tidak halal berupa komposisi (bahan yang digunakan), ditulis dengan warna berbeda dan kontras. Penyimpangan atas kewajiban ini, pelaku usaha akan dikenakan sanksi administrasi, berupa (i) Teguran lisan, (2) Peringatan tertulis, dan atau (iii) denda administrative.

Pencantuman labelisasi halal pada produk akan dapat memberikan kepercayaan yang meningkat pada konsumen. Sikap ragu-ragu tidak akan menyelimuti konsumen ketika ingin membeli sebuah produk. Sebab, dengan dicantumkannya labelisasi halal pada sebuah produk secara tidak langsung akan menjawab segala pertanyaan konsumen mengenai produksi hingga proses kemasannya.

Label halal yang terdapat pada kemasan produk akan mempermudah konsumen untuk mengidentifikasi suatu produk. Berdasarkan perjalanan sejarah pemberlakuan halal di Indonesia LPPOM (Lembaga Pemeriksa Pangan, Obat-Obatan dan Makanan) dan MUI sebagai lembaga yang memelopori pemberian sertifikasi halal yang pertama yang masih dianggap satu-satunya di Indonesia.<sup>4</sup> Ketiadaan label akan membuat konsumen muslim berhati-hati dalam memutuskan untuk mengkonsumsi atau tidak produk tanpa label halal tersebut. Selain itu kejelasan antara makanan halal dan haram tentunya akan membuat konsumen khususnya muslim akan semakin tenang dalam mengkonsumsinya, karena dapat memilih makanan halal tanpa khawatir terdapat kandungan yang haram didalamnya.

#### **4. Tantangan dan Solusi**

Beberapa kendala dalam mengembangkan produk halal secara global menurut Mirsa Astuti 2020 antara lain:

a) Kesulitan Mengontrol dan Menjamin Produk Halal

Karena halal berupa proses yang terkait dengan keyakinan agama dan karena itu sulit dikontrol dan dijamin. Dari sudut pandang konsumen juga masih terdapat kendala untuk mengevaluasi dan memverifikasi apakah suatu produk halal atau tidak bahkan setelah mengkonsumsi produk tersebut. Oleh karena itu, sebagian besar konsumen harus bergantung pada penjual dan/atau mempercayai informasi yang tertera pada label produk sehingga menjadi panduan pada saat pembelian. Dalam kasus halal, dituntut kepercayaan pada label produk terhadap semua proses halal termasuk penanganan dan keselamatan. Dan yang terakhir dikaitka dengan efektivitas proses penyembelihan hewan dimana semua darahnya harus dipastikan keluar semua, terhindar dari potensi sumber kontaminasi bakteri, sehingga dihasilkan daging yang sehat.

b) Kurangnya Sertifikasi Menjadi Tantangan Pertumbuhan Produk Halal

Pasar halal memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi. Namun, sebagian besar negara-negara Muslim tidak menerapkan sertifikasi halal sebagai persyaratan wajib. Kurangnya sertifikasi halal oleh badan yang diakui dan dihormati bisa menimbulkan tantangan untuk pengembangan di masa depan. Karena sampai saat ini sebagian besar negara-negara mayoritas Muslim belum mempersyaratkan sertifikasi halal, karena mereka sering tidak mampu menyediakan produk bersertifikat halal untuk pasar internasional. Penyertifikasian halal yang kompeten menguji aditif, alat bantu pengolahan, pelumas, kemasan, dan bahan kimia sanitasi.

c) Perusahaan Halal Kesulitan Mencari Dukungan Pembiayaan dan Investasi

Tantangan utama yang menghambat perkembangan pasar halal adalah kurangnya dukungan di jasa keuangan dan investasi. Meskipun pasar halal cukup besar, banyak perusahaan dalam rantai pasokan halal, terutama di segmen makanan, merupakan perusahaan kecil dan terpisah-pisah, berjuang untuk mencapai skala ekonomi dan beroperasi secara efisien.

d) Larangan Terhadap Produk Halal

Pertumbuhan pasar halal, terutama di negara-negara Barat ditantang oleh reaksi negatif terhadap produk halal, karena iklim politik negatif yang terkait dengan umat Islam. Reaksi ini sekarang memperluas ke tingkat regulasi halal pemerintah, karena beberapa negara membatasi atau melarang daging halal.

e) Keterbatasan Sumberdaya dan Substitusi Bahan Baku

Dalam memperoleh sumber bahan baku halal menghadapi permasalahan bagi pelaku usaha di pasar halal. Biaya, kualitas, konsistensi dan ketersediaan bahan baku, serta kemungkinan terbatas substitusi adalah masalah besar di sini. Misalnya, bahan yang paling umum dari produk makanan, gelatin halal, telah dikembangkan. Hal ini sudah mendapatkan perhatian besar tetapi penerapan dalam skala lebih luas dan masih perlu diperhatikan. Substitusi kandungan halal terhadap kandungan bahan non-halal yang biasa digunakan secara umum merupakan kesempatan yang besar untuk pemasok global terutama untuk produsen khusus dalam rantai nilai farmasi dan kosmetik. Misalnya, karena mayoritas lapisan gelatin digunakan dalam pengobatan dan vitamin di pasar berasal dari sumber-sumber non-halal, ada peluang besar bagi perusahaan yang menghasilkan alternatif dengan bahan yang halal.

f) Rendahnya Kesadaran akan Produk Halal di Luar Segmen Non-Makanan

Saat ini kesadaran akan produk halal berkembang di kalangan konsumen Muslim, masih dalam masa pertumbuhan, terutama terhadap segmen produk makanan. Selain itu, terdapat perbedaan dalam kesadaran dalam memanfaatkan barang dan jasa halal dalam basis pelanggan Muslim secara global. Misalnya, di negara-negara mayoritas Muslim, kebanyakan konsumen akan menganggap semuanya kredibel halal sementara di pasar yang mayoritas masyarakatnya non-Muslim, konsumen akan mencari verifikasi halal. Sejumlah besar konsumen terutama di pasar mayoritas Muslim yang ambivalen atau tidak menyadari bahan yang tidak diperbolehkan dalam obat atau kosmetik, karena mereka mengasumsikan bahwa pemerintah mengelola hal itu.

Solusi dari Tantangan dan kendala Lembaga Sertifikasi Halal

Solusi yang dapat ditawarkan (Aprilia & Priantina, 2022) dalam meningkatkan jumlah sertifikasi halal pada sektor kuliner yaitu dengan:

- a. Melakukan pelatihan mengenai proses sertifikasi halal, mulai dari mengajukan permohonan hingga mendapatkan sertifikasi halal untuk para pelaku usaha.
- b. Untuk meningkatkan kualifikasi SDM penyelia halal yang kompeten dalam sertifikasi halal, pihak penyelenggara dapat bekerja sama dengan pemerintah dan juga meningkatkan sosialisasi mengenai sertifikasi halal.
- c. Meningkatkan informasi, pemahaman, dan pengenalan tentang sertifikasi halal kepada para pelaku usaha. Meningkatkan kualitas tenaga ahli atau penyelia halal yang memiliki kompetensi dalam proses sertifikasi halal.
- d. Memberikan bantuan gratis dalam proses sertifikasi halal terkait biaya kepada pelaku usaha yang tidak mampu, karena anggaran untuk sertifikasi halal itu terbatas. Meski ada informasi bahwa sertifikasi halal gratis, namun dalam kenyataannya masih ada biaya yang harus dibayar dan besarnya cukup tinggi.

## **5. Urgensi Sertifikasi dan Labelisasi Halal bagi UMKM dan Konsumen**

Urgensi sertifikasi dan labelisasi halal pada masa sekarang tidak lagi dipahami sebagai urusan administratif semata. Dalam konteks UMKM, sertifikasi halal telah berkembang menjadi instrumen strategi yang berhubungan langsung dengan minat beli konsumen, pertumbuhan penjualan, dan penguatan daya saing usaha. Oleh karena itu, keberadaannya bukan sekedar penanda kepatuhan terhadap standar kehalalan, melainkan juga bagian dari strategi pemasaran yang memperluas pasar dan memperkuat posisi produk di tengah persaingan yang semakin ketat (Setiawan, 2025).

Dari sisi konsumen, sertifikasi halal memiliki urgensi yang sangat mendasar karena berkaitan dengan kepastian hukum, rasa aman, dan perlindungan hak untuk mengonsumsi produk yang sesuai dengan syariat. Kajian hukum pendahulunya menegaskan bahwa sertifikasi halal berperan sebagai strategi dalam memberikan kepastian hukum kepada konsumen Muslim serta menjaga mereka dari produk yang tidak sesuai dengan prinsip agama (Agustin, 2025). Dalam kajian lain, sertifikasi halal juga dipandang sebagai instrumen perlindungan konsumen muslim yang mampu membangun iklim bisnis halal, meningkatkan kepercayaan, dan memperluas pasar produk halal secara lebih meyakinkan (Nursari, 2025).

Labelisasi halal kemudian menjadi perpanjangan praktis dari sertifikasi itu sendiri. Sertifikat halal bekerja pada tingkat legal dan verifikasi, sedangkan label halal bekerja pada tingkat komunikasi yang langsung dibaca konsumen ketika berhadapan dengan produk. Dalam praktik pasar, kehadiran label halal terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang produk makanan halal, sehingga label tidak hanya memberi informasi, tetapi juga membangun keyakinan

dan konsistensi perilaku konsumsi (Nida et al., 2024). Dengan demikian, label halal berfungsi sebagai tanda yang memudahkan konsumen mengambil keputusan secara cepat, tenang, dan terarah.

Bagi UMKM, urgensi sertifikasi dan labelisasi halal tampak semakin jelas karena keduanya berdampak pada penerimaan pasar. Penelitian di Bangkalan menunjukkan bahwa labelisasi halal berperan signifikan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta membangun citra dan kualitas produk UMKM (Kristin, 2024). Pada saat yang sama, penelitian tersebut juga menunjukkan masih rendahnya literasi hukum pelaku usaha, terlihat dari adanya pelaku usaha yang merasa boleh mencantumkan logo halal sebelum memperoleh sertifikasi resmi, serta masih terbatasnya pengetahuan mengenai sanksi atas label halal palsu (Kristin, 2024). Fakta ini menunjukkan bahwa urgensi sertifikasi halal tidak hanya terletak pada manfaat ekonominya, tetapi juga pada kebutuhan membangun etika usaha dan mendokumentasikan hukum dalam ekosistem UMKM.

Oleh karena itu, sertifikasi dan labelisasi halal harus dipahami dalam tiga lapis kepentingan sekaligus. Pertama, ia penting bagi konsumen karena memberi perlindungan, kepastian, dan rasa aman dalam memilih produk (Agustin et al., 2025). Kedua, ia penting bagi UMKM karena terbukti mendukung daya saing, memperluas pasar, dan mendorong pertumbuhan usaha (Muntholip & Setiawan, 2025). Ketiga, ia penting bagi tata kelola usaha secara umum karena tanpa sertifikasi resmi dan label yang benar, kepercayaan masyarakat mudah terganggu. Oleh karena itu, sosialisasi, pendampingan, dan fasilitasi sertifikasi halal perlu terus diperkuat agar sertifikasi halal tidak berhenti sebagai kewajiban formal, tetapi benar-benar menjadi budaya mutual dalam pengembangan UMKM di Indonesia.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa sertifikasi dan labelisasi halal merupakan dua unsur yang saling berkaitan dalam sistem jaminan produk halal di Indonesia. Sertifikasi halal berfungsi sebagai pengakuan resmi bahwa suatu produk telah memenuhi ketentuan syariat Islam, sedangkan labelisasi halal menjadi bentuk informasi yang ditampilkan kepada konsumen pada kemasan atau bagian produk tertentu. Dengan demikian, sertifikasi lebih menekankan pada proses pemeriksaan dan penetapan status halal, sedangkan labelisasi halal berperan sebagai sarana komunikasi yang menunjukkan hasil dari proses tersebut kepada masyarakat.

Selanjutnya, prosedur sertifikasi halal di Indonesia dilaksanakan melalui mekanisme yang melibatkan BPJPH, lembaga pemeriksa halal, dan MUI sebagai pihak yang menetapkan kehalalan

produk. Proses ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak dilakukan secara sembarangan, tetapi melalui tahapan administratif, pemeriksaan, audit, hingga penetapan. Dari sini dapat dipahami bahwa negara dan lembaga terkait telah membangun sistem yang bertujuan memberikan kepastian hukum, perlindungan konsumen, dan jaminan kehalalan produk yang beredar di masyarakat.

Pada akhirnya, sertifikasi dan labelisasi halal memiliki urgensi yang sangat besar bagi UMKM dan konsumen. Bagi UMKM, keduanya dapat meningkatkan kepercayaan pasar, memperluas peluang usaha, dan memperkuat daya saing produk. Bagi konsumen, sertifikasi dan label halal memberikan rasa aman, kepastian, dan kemudahan dalam memilih produk yang sesuai dengan keyakinan agama. Namun implementasinya masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti rendahnya pemahaman pelaku usaha, keterbatasan sumber daya, dan kendala biaya maupun administrasi. Oleh karena itu, diperlukan edukasi, pendampingan, dan dukungan kebijakan yang berkelanjutan agar sertifikasi dan labelisasi halal dapat berjalan lebih efektif serta memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat dan perkembangan UMKM.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustin, AM, Destiawan, FS, Yulianto, MD, Gina, ON, Indriani, S., & Suresman, E. (2025). Peran sertifikasi halal dalam melindungi konsumen Muslim: Tinjauan hukum Islam dan hukum nasional. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 2 (5), 249–257. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15198408>
- Astutik, DP (2024). Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Penelitian Manajemen dan Akuntansi*, 4 (3), 70–82.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2024, 22 November). *Kepala BPJPH: Sertifikasi halal untuk melindungi UMK dari serbuan produk halal luar negeri*.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2025, 20 April). *BPJPH buka kuota 1 juta sertifikasi halal gratis tahun 2025 bagi pelaku UMK*.
- Chaniago, N., Ramadhan, R., Susanti, AAE, & Agustina, R. (2025). Pentingnya Sertifikasi dan Pelabelan Halal dalam Usaha UMKM. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7 (2), 311-322.
- Hidayatullah, M. S. (2020). Sertifikasi dan Labelisasi Halal Pada Makanan dalam Perspektif Hukum Islam (Perspektif Ayat Ahkam). *YUDISIA: Jurnal Pemikiran Hukum dan Hukum Islam*, 11(2), 251-70.
- Ilham, M., Saifullah, S., & Kartika, N. R. (2023). Perlindungan konsumen terhadap upaya labelisasi

- halal di indonesia. *Indonesia of Journal Business Law*, 2(2), 58-66.
- Kementerian Agama RI. (2024, 25 Oktober). *Kabar gembira untuk UMK, pemerintah tunda wajib sertifikasi halal hingga 2026*.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI. (2023, 3 Maret). *Tingkatkan inklusi keuangan bagi UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital, pemerintah meluncurkan Program PROMISE II Impact*.
- Kristin, OV, Harmen, H., Indriani, R., Alfahmi, F., & Sebastian, A. (2024). Analisis dampak sertifikasi labelisasi halal terhadap perkembangan UMKM di Bangkalan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9 (3). doi:10.30651/jmsv9i3.22814.
- Kristin, OV, Harmen, H., Indriani, R., Alfahmi, F., & Sebastian, A. (2024). Analisis dampak sertifikasi labelisasi halal terhadap perkembangan UMKM di Bangkalan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9 (3).  
<https://doi.org/10.30651/jms.v9i3.22814>
- Muntholip, A., & Setiawan, N. (2025). Sertifikasi halal dan daya saing UMKM di Indonesia: Studi tinjauan literatur sistematis. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi Medan*, 7 (1), 26–38. doi:10.47709/jumansiv7i1.5257.
- Muntholip, A., & Setiawan, N. (2025). Sertifikasi halal dan daya saing UMKM di Indonesia: Studi tinjauan literatur sistematis. *JUMANSI: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi Medan*, 7 (1), 26–38. <https://doi.org/10.47709/jumansi.v7i1.5257>
- Nasrudin, N., & Nursari, N. (2025). Peran sertifikasi halal dalam penguatan industri makanan halal: Instrumen perlindungan konsumen Muslim di Indonesia. *Qanuniya: Jurnal Ilmu Hukum*, 2 (1), 11–22. doi:10.15575/qauniyav2i1.1268.
- Nasrudin, N., & Nursari, N. (2025). Peran sertifikasi halal dalam penguatan industri makanan halal: Instrumen perlindungan konsumen Muslim di Indonesia. *Qanuniya: Jurnal Ilmu Hukum*, 2 (1), 11–22. <https://doi.org/10.15575/qauniya.v2i1.1268>
- Nida, AU, Syihabudin, & Najmudin. (2024). Pengaruh labelisasi halal, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang produk makanan halal Lumpiabeef. Pdg di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9 (4).  
<https://doi.org/10.30651/jms.v9i4.23470>
- Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Sertifikasi produk halal dalam perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 135-145.
- Supardin, M. I. (2024). Standardisasi Halal dan Prosedur Sertifikasi Halal di Indonesia dan Thailand.

El Hisbah: Journal of Islamic Economic Law, 4(1), 89-98.

Syatar, A., Rifaldi, R., Bakry, M., Mustafa, Z. A., & Asti, M. J. (2022). Pencantuman labelisasi halal bagi kepercayaan konsumen perspektif masalah mursalah. *KALOSARA: Family Law Review*, 2(2), 84-97