



## **Peran Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Muslim di Indonesia**

**Fani Wilma Mulyana<sup>1</sup>, Rega Ramadhani<sup>2</sup>, Rifki Fadilah<sup>3</sup>, Risa Harpiatul Haq<sup>4</sup>, Tarisa  
Rosilawati<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati: e-mail: [faniwilma2002@gmail.com](mailto:faniwilma2002@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati: e-mail: [regaramadhani031@gmail.com](mailto:regaramadhani031@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati: e-mail: [rifkifadilah16@gmail.com](mailto:rifkifadilah16@gmail.com)

<sup>4</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati: e-mail: [risharptlhaq@gmail.com](mailto:risharptlhaq@gmail.com)

<sup>5</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati: e-mail: [rosilawatitarisa@gmail.com](mailto:rosilawatitarisa@gmail.com)

### **Abstrak**

Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia menempati peringkat pertama sebagai konsumen terbesar produk halal pada sektor makanan dan minuman dengan jumlah pengeluaran sektor sebesar USD 170 miliar, sehingga sertifikasi halal memainkan peran krusial dalam meningkatkan kepercayaan konsumen muslim terhadap produk yang dikonsumsi. Artikel ini bertujuan mengkaji peran sertifikasi halal dalam membangun kepercayaan tersebut, serta implikasinya terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi literatur untuk mengeksplorasi bagaimana sertifikasi halal mempengaruhi perilaku konsumen. Artikel ini menyoroti pentingnya sertifikasi halal sebagai strategi pemasaran yang efektif bagi produsen di pasar yang semakin kompetitif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal secara signifikan meningkatkan kepercayaan konsumen muslim dibuktikan dengan catatan Global Islamic Economy Report 2018/2020, belanja penduduk muslim global pada produk dan jasa sektor ekonomi halal mencapai lebih dari USD 2,2 triliun pada tahun 2018, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas terhadap produk bersertifikat halal. Oleh karena itu, penelitian ini menyimpulkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya memenuhi kebutuhan religius konsumen muslim tetapi juga memberikan keuntungan kompetitif bagi produsen dalam pasar global.

**Kata Kunci:** Sertifikasi halal, kepercayaan, konsumen

### **Abstract**

*Indonesia as the country with the largest Muslim population in the world ranks first as the largest consumer of halal products in the food and beverage sector, with a sector expenditure of USD 170 billion. Therefore, halal certification should play a crucial role in increasing Muslim consumer trust in the products consumed. This article examines the role of halal certification in building this trust, as well as its implications for economic growth in Indonesia. This study uses a qualitative method with literature analysis to explore how halal certification affects consumer behavior. This article also*

*highlights the importance of halal certification as an effective marketing strategy for producers in an increasingly competitive market. The results of the study show that halal certification significantly increases Muslim consumer trust, as evidenced by the Global Islamic Economy Report 2018/2020, global Muslim spending on products and services in the halal economy sector reached more than USD 2.2 trillion in 2018, which in turn strengthens loyalty to halal-certified products. Therefore, this study concludes that halal certification not only meets the religious needs of Muslim consumers but also provides competitive advantages for producers in the global market.*

**Keywords:** *Halal certification, trust, consumers*

## **A. PENDAHULUAN**

Sebagai muslim, tentu kita tidak asing dengan sebuah perkara yang halal dan haram. Dikutip dari NU Online, menurut Imam Syafi'i, haram adalah apa yang ditunjukkan dalil atas keharamannya. (Arbain et al., 2023) Maksudnya adalah jika tidak ada dalil yang menjelaskan keharaman suatu hal, maka hal tersebut halal. Dalam Agama Islam, istilah halal merujuk pada sesuatu yang diperbolehkan (Sucipto, 2021) dalam segala aspek: menggunakan, mengonsumsi, memakai, dan segala hal yang berhubungan dengannya. Begitupun dengan istilah haram yang definisinya bertolak belakang dengan halal, yakni merujuk pada suatu hal yang dilarang, baik dalam menggunakannya, mengonsumsi, memakai dan segala hal yang berhubungan dengannya.

Indonesia sudah memiliki lembaga khusus yang menangani permasalahan halal dan haram suatu produk. Diantaranya yang sering kita temui adalah terdapat label halal dalam kemasan makanan dan minuman yang beredar hampir di seluruh wilayah di Indonesia. Sebagai muslim tentu hal tersebut patut diapresiasi. Kita tidak perlu takut untuk mengonsumsi hal yang haram karena ketidaktahuan. Kita sudah tahu produk mana yang baik dan halal untuk dikonsumsi. Lembaga tersebut adalah BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal).

Label halal yang terdapat dalam sebuah produk merupakan sertifikasi khusus yang diberikan pada suatu produk. (Halal, 2024) Sertifikasi tersebut menunjukkan bukti bahwa produk tersebut telah diperiksa dan dinyatakan halal untuk dikonsumsi atau dipergunakan. Awalnya, program sertifikasi halal ini dikelola oleh LPPOM MUI dan bersifat sukarela. Namun, seiring meningkatnya kesadaran masyarakat muslim di Indonesia terhadap pentingnya mengonsumsi produk halal, maka pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UUJPH) pada tahun 2014 yang kemudian program sertifikasi halal menjadi wajib bagi semua produk. (Faridah, 2019) Selain itu, dibentuklah BPJPH sebagai badan yang mengawasi dan mengelola sertifikasi halal di Indonesia.

Terdapat dua program sertifikasi halal yang dikelola oleh BPJPH, yaitu program reguler dan self-declare.(Kartika Rahajeng, 2022) Untuk program reguler diperuntukkan bagi pelaku usaha yang memiliki produk pangan yang beresiko tinggi terhadap kehalalannya,(Kabupaten, 2024) seperti sertifikasi kedai bakso, tempat penyembelihan daging ternak, dan toko yang memiliki lebih dari satu cabang, serta lain sebagainya. Karena prosesnya yang cukup rumit maka diperlukan biaya administrasi pada proses reguler ini. Sedangkan program self-declare diperuntukkan bagi pelaku usaha mikro dan kecil (UMKM).(Kabupaten, 2024) Berbeda dengan reguler, BPJPH mengeluarkan program self-declare ini gratis tanpa pungutan biaya apapun. Program ini dinamai dengan SEHATI atau Sertifikat Halal Gratis.(Fahmi Cholid, 2023)

Meskipun program SEHATI ini sudah ramai disebarkan, masih ada masyarakat khususnya yang mempunyai UMKM, yang tidak berminat untuk mendaftarkan UMKNya. Oleh karena itu, artikel ini hadir untuk membahas manfaat dan peran penting dari sertifikasi halal self-declare berdasarkan studi literatur yang dilakukan oleh mahasiswa KKN Tematik Halal Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2021.

## **B. METODE**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik studi literatur yang bertujuan untuk mengkaji secara mendalam mengenai peran sertifikasi halal dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang dijual oleh pelaku usaha. Prosedur studi literatur ini dilakukan melalui pengumpulan dan analisis data dari berbagai sumber terpercaya berupa jurnal ilmiah, artikel dan karya tulis ilmiah lainnya. Data-data ini kemudian di kompilasi dan diintegrasikan untuk penarikan hasil yang relevan.

Fokus utama penelitian ini yaitu mengevaluasi peran penting sertifikasi halal dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk-produk yang mengantongi label halal serta dampak positifnya terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Selain itu penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan tersebut seperti kualitas, keamanan dan aspek religius yang melekat pada produk halal. Hasil analisis akan disajikan dalam bentuk deskriptif dengan menyoroti data-data yang diperoleh dan dikaji secara komprehensif. Dengan pendekatan ini, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan dalam memahami hubungan antara sertifikasi halal dan peningkatan kepercayaan konsumen serta implikasinya terhadap perekonomian masyarakat.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Sertifikasi Halal**

Pencantuman sertifikasi dan label halal merupakan alat komunikasi yang efektif untuk memudahkan konsumen dalam memilih makanan halal. Sertifikasi halal ini berlaku selama dua tahun dan harus diperpanjang enam bulan sebelum masa berlakunya habis. Menurut (LPPOM, Sertifikasi Halal, 2019), Sertifikat Halal MUI adalah fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat ini juga menjadi syarat untuk mendapatkan izin mencantumkan label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Produk yang lolos uji halal oleh MUI telah melalui serangkaian proses dan pengujian yang membuktikan bahwa produk tersebut bebas dari najis dan aman untuk dikonsumsi. Berdasarkan penelitian (Jamal Abdul Nassir Shaari, 2020), indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1) Keberadaan logo halal pada kemasan produk makanan sangat penting, 2) Kemampuan untuk membedakan antara logo halal otentik dari MUI dan logo halal yang tidak otentik, 3) Produk dengan sertifikat halal memiliki kualitas yang baik, 4) Produk berlogo halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat, dan 5) Tidak ada keraguan dalam mengonsumsi makanan berlogo halal.

Menurut (LPPOM, Sertifikasi Halal, 2019), tujuan dari Sertifikasi Halal MUI adalah untuk memberikan kepastian mengenai status kehalalan suatu produk, sehingga konsumen merasa tenang saat mengonsumsinya. Produsen diwajibkan menjaga kesinambungan proses produksi halal dengan menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH). Bagi perusahaan yang ingin mendapatkan sertifikat halal dari LPPOM MUI, seperti industri pengolahan (makanan, obat, kosmetik), Rumah Potong Hewan (RPH), restoran, katering, atau dapur, mereka harus mendaftarkan sertifikasi halal dan memenuhi semua persyaratan yang ditetapkan. Menurut (LPPOM, 2020), berikut ini adalah tahapan yang harus dilalui oleh perusahaan untuk proses sertifikasi halal:

1. Memahami persyaratan sertifikasi halal dan mengikuti pelatihan Sistem Jaminan Halal (SJH)
2. Menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH)
3. Menyiapkan dokumen sertifikasi halal
4. Melakukan pendaftaran sertifikasi halal dengan mengunggah data
5. Melakukan monitoring sebelum audit dan melakukan pembayaran sertifikasi
6. Pelaksanaan audit
7. Melakukan monitoring setelah audit
8. Mendapatkan Sertifikat Halal.

### **Implikasi Sertifikasi Produk Halal Bagi Bisnis Halal di Indonesia**

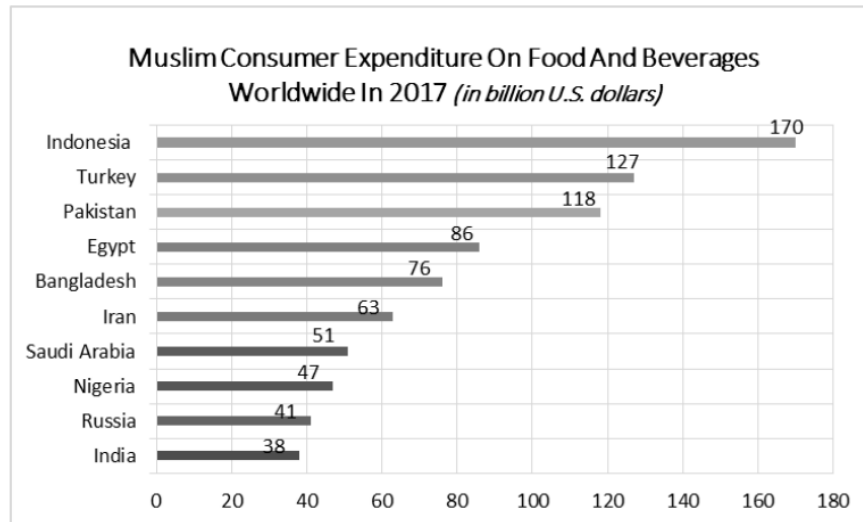
Pemberlakuan sertifikasi halal memberikan implikasi yang besar terhadap bisnis produk halal di Indonesia (Warto & Samsuri, 2020). Bisnis halal secara khusus di Indonesia menjadi obyek yang sangat menarik karena Indonesia adalah negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia. Keadaan inilah yang menjadikan

Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar dalam industri pengembangan produk halal di dunia. Karena jumlah penduduk Muslim terbesar dunia, maka pasar utama Indonesia adalah negeri sendiri. Sebagai negara mayoritas beragama muslim, Indonesia berpeluang menjadi pusat ekonomi halal terbesar di dunia. Publikasi yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia menyatakan bahwa penduduk Indonesia tahun 2010 mencapai 237,6 juta jiwa, dengan jumlah penduduk muslim sebanyak 207.176.162 jiwa, atau 87,18% dari total keseluruhan penduduk Indonesia. Pada tahun 2017 jumlah penduduk Indonesia mencapai 261,9 juta jiwa. (BPS, 2010). Jumlah ini bertambah ada tahun 2019 mencapai 269,6 juta jiwa. Angka tersebut menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat apabila dibandingkan dengan tahun 2010 (Waharini & Purwantini, 2018). Dengan demikian, dalam kurun waktu 7 tahun, rata rata pertumbuhan penduduk muslim Indonesia dalam periode 2010-2017 mencapai 1,27%-1.46% per tahun. Pertumbuhan penduduk muslim yang pesat secara linier mempengaruhi pertumbuhan permintaan akan produk halal. Ini dapat dilihat dari permintaan produk halal. Besarnya penganut agama Islam wajar membuat pemerintah mengeluarkan UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal guna melindungi kepentingan konsumen yang berhak memakai produk yang sesuai syariat Islam, baik dari segi bahan pembuat, proses pembuatan hingga tahap pembungkusannya.

Indonesia memiliki konsumen muslim terbesar di dunia. Sedikitnya, 87 persen dari sekitar 260 juta umat muslim ada di Indonesia yang membutuhkan jaminan keamanan, kenyamanan, perlindungan, dan kepastian hukum mengenai kehalalan produk yang dikonsumsi maupun yang digunakan atau dimanfaatkan. Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar, Indonesia tentu menyediakan pasar yang sangat besar untuk produk-produk halal.

Produk-produk halal memiliki tingkat pertumbuhan rata-rata tujuh persen per tahun, serta tumbuhnya kesadaran konsumen muslim terhadap produk-produk halal dan meningkatnya jumlah penduduk muslim yang mencapai 1,8 miliar jiwa dari 6 miliar jiwa penduduk dunia. Hal ini berbanding lurus dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat muslim dengan produk-produk yang bersertifikat halal, sehingga produk yang bersertifikat halal membantu perekonomian di Indonesia. Kepercayaan masyarakat muslim terhadap sertifikat halal ditunjang juga oleh wawasan masyarakat mengenai produk yang sudah bersertifikat halal dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya produk yang sudah bersertifikat halal. Sehingga keuntungan dari produk bersertifikat halal ini dapat memberikan bantuan terhadap perekonomian yang ada di Indonesia.

Selain itu, Indonesia merupakan negara Konsumsi Halal Food Peringkat 1 di dunia. (Testa, 2009). Berdasarkan catatan Global Islamic Economy Report 2018/2020, belanja penduduk muslim global pada produk dan jasa sektor ekonomi halal mencapai lebih dari USD 2,2 triliun pada tahun 2018. Indonesia menempati peringkat pertama sebagai konsumen terbesar produk halal pada sektor makanan dan minuman, yaitu dengan jumlah pengeluaran sektor sebesar USD 170 miliar (Shahbandeh, 2019).



**Gambar 2.** Muslim Consumer Expenditure 2017

Sumber: Data State of the Global Islamic Economy Report 2017/2018

Produk halal Indonesia memiliki peluang besar, untuk dapat bersaing dengan negara lain. Para pelaku usaha, baik produsen maupun eksportir Indonesia, yang telah mengantongi sertifikat halal maka produk-produk mereka akan lebih mudah diterima oleh konsumen produk halal di negara lain hanya dengan melihat label halal yang tercantum pada produk mereka.

Implikasi positif lainnya dari mandatori halal adalah terbukanya lapangan kerja baru. Sebab, dengan kewajiban bersertifikat halal, maka kebutuhan SDM pendukung terlaksananya jaminan produk halal (JPH) tentu jumlahnya besar. Di antaranya adalah kebutuhan auditor halal yang merupakan unsur penting dan harus ada dalam LPH (Lembaga Pemeriksa Halal). Auditor halal nantinya akan menjadi profesi yang cukup menarik. Hal ini tentu ini akan menjadi positif bagi perkembangan halal di Indonesia dan dunia.

### **Manfaat Sertifikasi Halal Bagi Bisnis Halal Di Indonesia**

Keberadaan logo halal pada produk tidak hanya memberikan keuntungan bagi konsumen, tetapi juga bagi pengusaha. Berikut beberapa manfaatnya (Alfin Khurin Aini, 2022):

#### **1. Menjamin Keamanan Konsumen**

Jika pengusaha memprioritaskan keamanan produk, produk tersebut akan lebih mudah menarik konsumen. Produk yang memiliki logo halal di kemasannya akan lebih sering dipilih oleh konsumen dibandingkan dengan produk yang tidak memiliki keterangan halal. Proses sertifikasi halal MUI sendiri cukup ketat, sehingga logo halal pada produk menjadi jaminan keamanan bagi konsumen. Dengan demikian, konsumen tidak perlu khawatir mengenai kehalalan produk menurut syariat Islam.

## 2. Meningkatkan Kepercayaan Konsumen

Dengan adanya jaminan mutu dan keamanan, kepercayaan konsumen terhadap produk juga meningkat. Peluang untuk mendapatkan pesanan berulang dari pelanggan menjadi lebih besar, dan bahkan bisa menarik konsumen baru. Hal ini penting karena isu kehalalan produk menjadi perhatian utama saat ini. Status halal yang tidak jelas dapat merusak citra produk atau merek, sehingga loyalitas konsumen sulit diperoleh jika produk tersebut tidak halal.

## 3. Sebagai Nilai Tambah untuk Produk

Misalnya, ada dua produk makanan yang dijual di minimarket, satu tanpa logo halal dan yang lainnya dengan logo halal. Produk dengan logo halal lebih mungkin dipilih oleh konsumen. Inilah salah satu manfaat dari memiliki sertifikasi halal MUI, karena produk mendapatkan nilai jual tambahan, terutama dalam persaingan dengan produk impor.

## 4. Memperluas Jangkauan Pasar

Jika pengusaha ingin melakukan ekspansi ke pasar internasional, memiliki sertifikat halal sangat menguntungkan. Terlebih jika target pasarnya adalah negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim. Memiliki dokumen sertifikasi yang lengkap memudahkan pemasaran produk ke mancanegara, terutama di negara-negara yang mewajibkan logo halal pada produk impor.

## D. PENUTUP

Sertifikasi halal di Indonesia memiliki peran penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim terhadap produk-produk yang mereka konsumsi. Keberadaan logo halal pada produk tidak hanya menjamin keamanan dan kualitas, tetapi juga berfungsi sebagai nilai tambah dalam persaingan bisnis. Sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka peluang pasar baru, baik di dalam maupun luar negeri. Dengan demikian, sertifikasi halal berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan menjadikan negara ini sebagai pusat ekonomi halal yang signifikan di dunia. Penerapan sertifikasi halal yang semakin luas dan kesadaran konsumen yang tinggi terhadap produk halal, memungkinkan Indonesia untuk memperkuat posisinya di pasar global serta menciptakan lapangan kerja baru yang mendukung industri halal.

## E. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan artikel ini sebagai tugas akhir



dari kegiatan KKN Tematik Halal 2024. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad Saw. yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliah ke zaman yang terang benderang.

Dalam penyusunan artikel ini tentu tidak lepas dari bantuan dan dukungan banyak pihak baik berupa pemikiran ataupun tenaga sehingga artikel ini dapat terselesaikan dengan baik. Maka dari itu, dengan kerendahan hati kami mengucapkan terimakasih kepada:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) yang telah memberikan anggaran untuk melaksanakan KKN tahun 2024.
2. Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LP3H) UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang telah banyak membantu dalam proses kegiatan ini.
3. Bapak Harry Yuniardi, M.Ag., CFLS. selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) KKN Tematik Halal Kelompok 1

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Arbain, H., Saw, R., An-nu, D. A. A., Anhuma, B. R., Alaihi, R. S., Syafi, M. I., & Hanifah, I. A. (2023). *Halal dan Haram*. 52, 8–9.
- Alfin Khurin Aini, N. (2022). *Pengaruh Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Terhadap Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*.
- Fahmi Cholid. (2023). Pentingnya Sertifikasi Halal Bagi Produsen dan Konsumen. *Universitas Airlangga*, 1–10.
- Faridah, H. D. (2019). Halal certification in Indonesia; history, development, and implementation. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78>
- Halal, M. S. (2024). *Manfaat Sertifikasi Halal dan Cara Mendapatkannya Manfaat Sertifikasi Halal untuk Jaminan Halal Manfaat Sertifikat Halal bagi Perusahaan (UMKM)*. 1–9.
- Kabupaten, M. (2024). *Penyerahan Sertifikat Halal Self Declare dan Sertifikat Halal Reguler bagi UMKM oleh Bupati Kabupaten Sleman*. 1–5.
- Kartika Rahajeng, D. (2022). Sertifikasi Halal. *Tourism and Hospitality Research*, 17(4), 88–100.
- Jamal Abdul Nassir Shaari, N. A. (2020). Dimensi of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study. *International Review of Business Research Papers*, 444–456.
- LPPOM, M. U. I. (2020). Data Statistik Produk Halal LPPOM MUI Indonesia 2012–2019. *Halalmui. Org*.
- LPPOM. (2019). *Prosedur Sertifikasi Halal MUI*.
- LPPOM. (2019). *Sertifikasi Halal*.



- Shahbandeh, M. (2019). *Top Five Global Muslim Consumer Food Expenditure 2017 By Country*. Statista.
- Sucipto. (2021). Halal Dan Haram Al-Ghazali. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 4(1), 179.
- Testa, J. (2009). The Thomson Reuters Journal Selection Process. *Transnational Corporations Review*, 1(4), 59–66.  
<https://doi.org/10.1080/19186444.2009.11658213>
- Waharini, F. M., & Purwantini, A. H. (2018). Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 1.  
<https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.1-13>
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98.  
<https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>