
**IMPLIKASI SERTIFIKASI HALAL BAGI BISNIS DAN KONSUMEN DI
INDONESIA : STUDI LITERATUR**

Puteri Aprilani¹, Tutik Nugrahini², Sugiarto³

Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda

Correspondent: puteri.aprilani@uwgm.ac.id

Abstract

The concept of halal products is currently becoming attractive throughout the world because the benchmark used is health, this causes halal certification to have an important role for processed products because it can increase consumer confidence, increase market share and increase competitiveness for the business sector in Indonesia. the majority of the people are Muslims. The aim of this research is to conduct a literature review related to the implementation of halal certification on processed agricultural products and its impact on business. This research examines research results that have been published in scientific journals. The data used is secondary data obtained from the results of previous research. Data analysis is based on published research results that meet the Inclusion criteria

Keywords: *Halal, Consumer, Business*

Abstrak

Konsep produk halal menjadi menarik saat ini diseluruh dunia karena tolak ukur yang digunakan ialah kesehatan, hal tersebut menyebabkan sertifikasi halal mempunyai peranan penting bagi produk-produk olahan karena dapat meningkatkan kepercayaan pada konsumen, meningkatkan pangsa pasar serta meningkatkan daya saing bagi sector bisnis di Indonesia yang mayoritas masyarakatnya adalah muslim. Tujuan penelitian ini adalah melakukan kajian literatur terkait dengan Implementasi Sertifikasi halal pada produk-produk olahan Pertanian dan dampaknya bagi usaha. Penelitian ini mengkaji hasil-hasil penelitian yang sudah dipublikasi pada jurnal ilmiah. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari hasil penelitian terdahulu. Analisis data berdasarkan hasil penelitian terpublikasi yang memenuhi kriteria Inklusi

Kata Kunci: Halal, Konsumen, Bisnis

PENDAHULUAN

Konsep produk-produk halal sekarang menarik banyak konsumen di seluruh dunia saat ini karena tolak ukur untuk kesehatan seperti keamanan, kebersihan, serta jaminan kualitas pada produk-produk halal. Kesadaran mengenai kesehatanlah yang mendorong masyarakat non muslim untuk mengonsumsi makanan halal (Hidayat et al., 2015). Gaya hidup (*lifestyle*) halal saat ini tidak hanya ada di negara-negara mayoritas Muslim, tetapi juga di negara-negara non-Muslim. Kesadaran akan praktik makanan halal tumbuh dengan berkembangnya promosi mengenai pariwisata halal global, yang tidak hanya terbatas pada sektor tujuan wisata yang terkait dengan situs-situs Islam (religius), tetapi juga memenuhi kebutuhan pariwisata itu sendiri.

Indonesia adalah Negara yang memiliki mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia yang tentu saja berkepentingan dengan peredaran produk yang berstandar dan besertifikasi halal.

Produk berstandar halal sudah seharusnya menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari praktik perdagangan dan ekonomi global yang menuntut adanya standar serta kualitas baku internasional untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen lintas Negara (Warto & Samsuri, 2020). Jaminan halal tidak hanya dapat ditentukan oleh produsen, tetapi juga harus melalui proses pemeriksaan dan evaluasi yang bersifat objektif oleh lembaga inspeksi halal, informasi tentang sistem suatu produk yang dinyatakan halal dilakukan dengan menerbitkan sertifikat halal dan produk halal diberikan status halal dengan tanda halal pada kemasan produk (Fatimah et al., 2022).

Menyediakan makanan halal dan aman merupakan bisnis yang sangat potensial karena dapat menawarkan pelanggan setia yang dicari tidak hanya oleh umat Islam tetapi juga oleh masyarakat non-Muslim melalui label halal (sertifikasi). Di sisi lain bagi oknum produsen yang menjual produk-produk non halalnya di negara mayoritas muslim seperti Indonesia, akan memberikan dampak negatif bagi produknya karena sangat tidak diminati dan merugikan pengusaha itu sendiri. (Muru, 2019: 192). Sertifikasi halal bukan hanya sebagai standar kehalalan suatu produk, tetapi juga sebagai daya tarik penjualan, dengan adanya sertifikasi halal tersebut membuat konsumen tertarik karena memiliki standar yang sudah ditetapkan mengenai kehalalan yang ada pada suatu produk. Logo halal identik dengan nuansa keislaman, atau salah satu hal yang dianggap sakral karena adanya tulisan halal yang memakai huruf Arab. Namun karena standarisasi halal juga mengacu pada isu-isu kesehatan hal ini juga memberikan dampak tidak hanya sebagai pilihan konsumen muslim tapi juga sebagai alternatif pilihan bagi konsumen nonmuslim diseluruh Negara (Aziz & Chok, 2013). Sesuai pasal 1 angka (3) pada Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UUJPH) menyatakan bahwa jaminan produk halal meliputi bahan baku halal, proses produksi, pengemasan, penyimpanan, distribusi, penyajian, dan penjualan produk. Pengawasan keseluruhan proses ini memerlukan kerjasama dengan kementerian dan lembaga terkait fungsi, tugas, dan kewenangan

METODE PENELITIAN

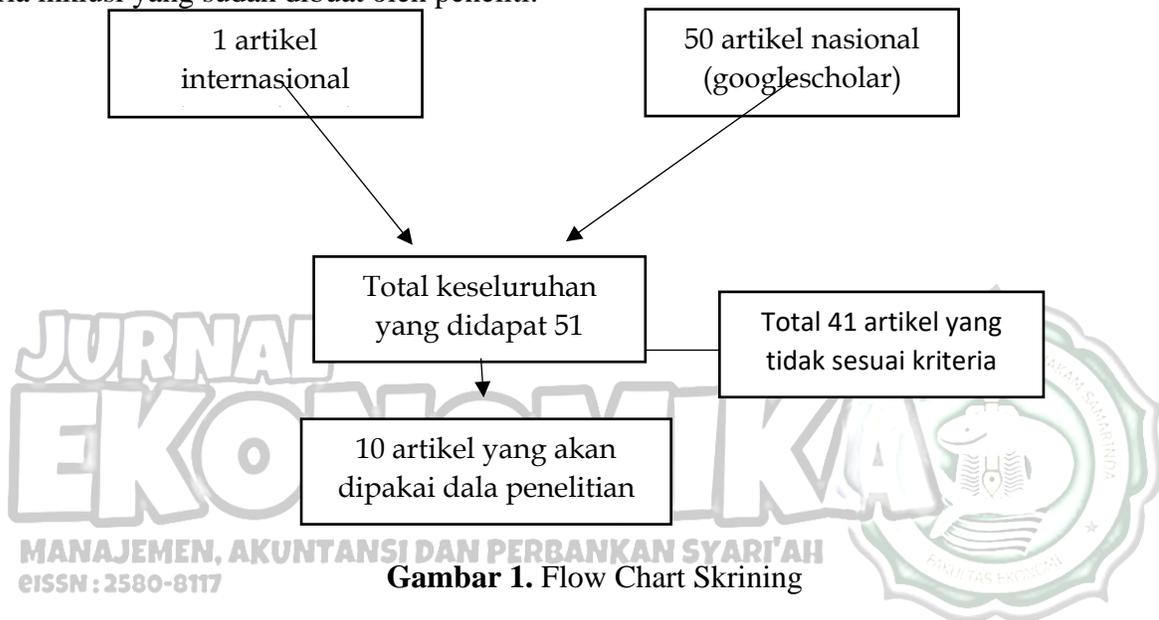
Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah studi pustaka melalui analisis beberapa artikel. Review literatur yang dengan mendiskusikan dan mengevaluasi hasil penelitian sebelumnya tentang Implikasi Sertifikasi Halal Bagi Bisnis dan Konsumen Di Indonesia. Penelitian ini yang dilakukan bersifat analisis deskriptif menggunakan metode studi kepustakaan (*Literature Review*). Data diolah dengan cara yaitu : *Organize, Synthesize, identify* dan analisis lanjut yang merupakan jawaban dari perumusan masalah. Jenis data yang digunakan ialah data sekunder yang didapat dari sumber literature artikel jurnal ilmiah, buku, dokumen dan undang-undang. Pencarian data literature dilakukan secara online atau daring melalui situs internet yang kredibel. Dari hasil pencarian didapatkan 51 artikel. Dari keseluruhan artikel tersebut, terpilih 10 artikel yang sesuai dengan kriteria inklusi. Kriteria inklusi tersebut diantaranya:

1. Jurnal Nasional dan Internasional yang diakses dari situs pencarian artikel ilmiah yang resmi dan terjamin keasliannya.
2. Jurnal dalam kurun waktu 10 tahun terakhir (2013-2023)
3. Jurnal nasional berindeks minimal googlescholar dan atau portal garuda
4. Jurnal internasional yang sudah terindeks minimal googlescholar
5. Jurnal berkategori open access
6. Artikel berkategori full text

7. Jenis penelitian dalam artikel berupa penelitian kualitatif dan atau kuantitatif
8. Jurnal mempunyai tema mengenai produk halal dalam dunia bisnis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil pencarian dilakukan melalui berbagai situs pencarian artikel dengan kata kunci implikasi sertifikasi halal pada produk dan bisnis produk halal telah ditemukan sebanyak 51 artikel melalui googlescholar dan 1 artikelm didapat dari situs researchgate. Dari keseluruhan total 51 artikel yang sudah dicari melalui situs internet, akan diseleksi kembali mengikuti kriteria inklusi yang sudah ditetapkan, terdapat 10 artikel yang termasuk dalam metode inklusi yang sudah ditetapkan. Gambar 1 menunjukkan flow chart skrining pemilihan artikel berdasarkan kriteria inklusi yang sudah dibuat oleh peneliti.



Gambar 1. Flow Chart Skrining

Matriks Sintesis

Tabel 1. Matriks Sintesis

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul Artikel	Metode Penelitian	Hasil
o	Warto dan Zainal Arif (2020)	Halal Product Business Between Opportunities and Challenges, Problematics and their solution	Metode deskriptif kualitatif	Didapati bahwa sebenarnya memiliki peluang yang sangat besar untuk menjadi pusat bisnis halal dunia. Hal ini terlihat dari beberapa indikator diantara tingginya tingkat populasi umat Islam dan

			tingginya tingkat konsumsi.
Laila risky Amalia, Kholid Albar, Nurul Istifadhoh, Wiwik Saidatur Rolianah, dan Muhlis (2022)	Implikasi Pertumbuhan Ekonomi Melalui Digital Marketing dan Sertifikasi Halal di Desa Karangrejo Kecamatan Manyar Gresik	Metode yang digunakan ialah wawancara dan pendekatan survey	Digital marketing dan sertifikasi halal bagi pertumbuhan ekonomi sangat dibutuhkan pelaku usaha di Desa Karangrejo Manyar
Cindy Fatimah, Surawan, dan Nurul Wahdah (2022)	Implikasi Sertifikat Halal Produk dalam Sakralisasi Agama di Indonesia	Metode deskriptif kualitatif dengan meneliti pada kondisi obyek alamiah, di mana peneliti sebagai instrumen yang valid	Implikasi sertifikasi halal produk dalam kesucian agama Indonesia, sertifikasi halal tidak hanya menyakralkan suatu agama, tetapi juga memberikan jaminan, perlindungan, dan pemberian informasi mengenai halal resmi suatu produk. Sertifikasi halal juga mempengaruhi kepercayaan konsumen pada produk bersertifikat halal untuk dikonsumsi karena memiliki loyalitas dan legalitas produk yang dikonsumsi dan digunakan
Nurdin, Novia, Arif Rahman, dan Ririn Suhada (2019)	Potensi Industri Produk Makanan Halal Di Kota Palu	Metode kualitatif dan pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan bahan-bahan tertulis	Hasil bahwa potensi industri makanan untuk tumbuh menjadi insdustri halal semakin tinggi
Warto dan Samsuri (2020)	Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia	Metode Kualitatif deskriptif	Sertifikasi produk halal memiliki implikasi positif dalam membangun iklim bisnis halal di Indonesia. Bagi konsumen sertifikasi halal memberikan



			perlindungan, jaminan, informasi kehalalan produk dan menjadi instrumen etika bisnis
Hani Tahliani (2023)	Sertifikasi Halal dan Implikasinya Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan	Metode Studi Deskriptif	Sertifikasi produk halal memiliki implikasi positif untuk meningkatkan daya saing perusahaan
Asep Syarifuddin Hidayat dan Mustolih Siradj (2015)	Sertifikasi Halal dan Sertifikasi Non Halal Pada Produk Pangan Industri	Metode Kualitatif Deskriptif	Dari sisi pelaku usaha mereka membutuhkan konsumen yang loyal sebagai target pemasaran produk yang mereka hasilkan. Terlebih pada saat ini pangan halal bukan saja dibutuhkan bagi masyarakat muslim, tetapi sudah menjadi keperluan mendesak bagi masyarakat non muslim
Syafrida (2016)	Sertifikat Halal Pada Makanan Dan Minuman Memneri Perlindungan Dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim	Penelitian Kepustakaan yang menggunakan data sekunder	sertifikat halal pada produk yang diperdagangkan adalah untuk memberi perlindungan dan kepastian hukum hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal
Yuhanis Abdul Aziz dan Nyen Vui Chok (2013)	The Role of Halal Awareness, Certification, and Marketing Components In Determining Halal Purchase	Survei Kuisisioner kepada 226 konsumen non muslim	Analisis persamaan struktural ditunjukkan yaitu kesadaran halal, sertifikasi halal, pemasaran promosi, dan merek berhubungan positif dengan pembelian niat, sedangkan kualitas makanan berhubungan negatif dengannya. Secara



		Intention Among Non-Muslim in Malaysia: Structural Equation Modeling Approach		teoritis, penelitian ini merupakan salah satu upaya pengembangan yang pertama dan untuk menguji secara empiris model konseptual pembelian halal niat dengan mengintegrasikan komponen halal dengan yang berhubungan dengan pemasaran komponen
0.	Fita Nurotul Faizah (2022)	Eksistensi Bisni Halal Digital Marketing di Era New Normal	Motode Kualitatif Deskriptif	Bisnis kuliner halal pada era new normal masih eksis. Ini didukung oleh penerapan digital marketing terutama pada saat pandemi covid-19 dan adanya peluang bisnis berupa mayoritas penduduk Indonesia muslim, kebutuhan makanan halal meningkat, digitalisasi bisnis, lifestyle, sertifikasi halal mudah, keberagaman produk, local wisdom, efisiensi dan efektifitas serta berkembangnya e-commerce



A. Potensi dan Peluang Bisnis Halal Di Indonesia

Indonesia memiliki penduduk yang mayoritasnya beragama islam. Keadaan inilah yang dapat menjadikan Indonesia mempunyai peluang dan potensi yang sangat besar untuk industry pengembangan produk halal di dunia. Sertifikat halal merupakan pengakuan kehalalan suatu produk yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama (Kemenag). Sedangkan label halal adalah tanda kehalalan suatu produk.

Kepemilikan sertifikasi halal oleh pelaku usaha dapat mendorong nilai suatu produk. Sertifikasi halal juga dapat mendorong peningkatan daya saing pelaku usaha dalam menjangkau pangsa pasar yang lebih luas baik domestik maupun internasional. Hal yang sama dinyatakan oleh (Warto & Arif, 2020) bahwa Indonesia memiliki indikator tingginya tingkat populasi penduduk muslim, hal tersebut menjadikan Indonesia memiliki peluang yang sangat besar untuk menjadi pusat bisnis halal dunia. (Faizah, 2022) juga menyatakan bahwa adanya peluang bisnis yang baik hal tersebut dikarenakan mayoritas penduduk Indonesia muslim, kebutuhan makanan halal meningkat, digitalisasi bisnis, lifestyle, sertifikasi halal. Hal yang serupa juga didukung oleh penelitian (Warto & Samsuri, 2020) yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa sertifikasi pada produk-produk halal memiliki implikasi positif untuk membangun iklim bisnis halal di Indonesia.

Jika diamati akan nampak peluang besar bagi Indonesia untuk pengembangan industry halal lifestyle. Seluruh penduduk muslim yang ada diberbagai belahan dunia mulai gencar untuk

berlomba mendapatkan potensi halal lifestyle yang sangat besar. Pada produk-produk yang berlabel halal akan mempunyai dampak pada minat beli kembali pada suatu produk karena kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk (Rohadatul Anisa, 2021). Hal tersebut mendukung hasil penelitian (Tahliani, 2023) yang menyatakan Sertifikasi produk halal memiliki implikasi positif untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan.

B. Dampak Dari Implikasi sertifikasi halal bagi konsumen

Indonesia adalah salah satu negara yang memperhatikan suatu produk yang akan dikonsumsi oleh konsumennya apakah suatu produk tersebut berada dalam keadaan halal atau tidak. Maka dari itu kementerian Agama Indonesia membentuk Badan penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang bertugas menerbitkan sertifikasi halal untuk pengakuan kehalalan suatu produk di Indonesia. Sertifikasi halal bagi suatu produk memberikan perlindungan yaitu rasa aman bagi konsumen yang akan memberikan kepercayaan konsumen untuk produk-produk yang beredar dipasaran, karena dengan adanya sertifikasi halal dapat menjamin dan dipastikan kepada masyarakat bahwa produk yang diproduksi benar-benar halal untuk dikonsumsi. (Tahliani, 2023) menyatakan dengan adanya sertifikasi halal bagi suatu produk memberikan dampak positif bagi konsumen seperti perlindungan bagi konsumen dan loyalitas untuk membeli kembali. Kepemilikan sertifikasi halal oleh pelaku usaha dapat mendorong peningkatan kepercayaan konsumen Hal tersebut dinyatakan oleh beberapa penelitian dari (Fatimah et al., 2022) (Warto & Samsuri, 2020) (Syafri, 2014) yang menyatakan sertifikasi halal memberikan jaminan, perlindungan bagi konsumen.

Sertifikasi halal juga mempengaruhi kepercayaan konsumen pada produk bersertifikat halal untuk dikonsumsi karena memiliki loyalitas. Dengan adanya jaminan dan perlindungan tersebut akan menumbuhkan loyalitas konsumen menjadi pelanggan untuk melakukan pembelian secara berulang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian studi literatur yang sudah dilakukan maka implikasi halal bagi produk memberikan dampak yang positif dari sisi konsumen maupun pada sektor bisnis. Sertifikasi halal pada produk memberikan rasa percaya dan perlindungan bagi konsumen, hal tersebut menjadikan pembelian berulang yang dilakukan oleh konsumen pada suatu produk yang memberikan dampak positif bagi berkembangnya maupun daya saing bagi sektor bisnis di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 25(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/08974438.2013.723997>
- Faizah, F. N. (2022). Eksistensi bisnis kuliner halal melalui digital marketing di era new normal. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 85–98. <https://doi.org/10.36407/serambi.v4i1.513>
- Fatimah, C., Surawan, S., & Wahdah, N. (2022). Implikasi Sertifikat Halal Produk Dalam Sakralisasi Agama Di Indonesia. *Muàsarrah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 4(2), 97. <https://doi.org/10.18592/msr.v4i2.7675>
- Hidayat, A. S., Siradj, M., & Selatan, J. (2015). Sertifikat Halal dan Non Halal pada Produk Pangan Industri. *Jurnal Ahkam*, XV(2), 199–210.

- Rohadatul Anisa, N. (2021). Pengaruh Label Halal dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang (Survei Online Pada Pengikut Instagram @SafiIndonesia). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(12), 2138–2146. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i12.453>
- Syafrida. (2014). Sertifikat Halal Pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim. *ADIL: Jurnal Hukum*, 105(3), 129–133.
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:BDsuQOHoCi4J:https://media.neliti.com/media/publications/9138-ID-perlindungan-hukum-terhadap-anak-dari-konten-berbahaya-dalam-media-cetak-dan-ele.pdf+&cd=3&hl=id&ct=clnk&gl=id>
- Tahliani, H. (2023). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Syar'ie : Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam*, 6(1), 1–12.
- Warto, W., & Arif, Z. (2020). Bisnis Produk Halal antara Peluang dan Tantangan, Problematika dan Solusinya. *Al-Ulum*, 20(1), 274–294. <https://doi.org/10.30603/au.v20i1.1170>
- 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>

