

## **Optimalisasi Sistem Sertifikasi Halal Indonesia Untuk Mendukung Standar Internasional dan Kepuasan Konsumen Global**

**Alfiana Yustia<sup>1\*</sup>, Ahmad Sidiq<sup>2</sup>, Dicko Syah Purnama Putra<sup>3</sup>, Muhammad Ersya Faraby<sup>4</sup>, Hawa Gazani<sup>5</sup>**

<sup>1-5</sup>Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura

Email: [220721100178@student.trunojoyo.ac.id](mailto:220721100178@student.trunojoyo.ac.id)<sup>1</sup>, [220721100191@student.trunojoyo.ac.id](mailto:220721100191@student.trunojoyo.ac.id)<sup>2</sup>,  
[220721100196@student.trunojoyo.ac.id](mailto:220721100196@student.trunojoyo.ac.id)<sup>3</sup>, [ersya.faraby@trunojoyo.ac.id](mailto:ersya.faraby@trunojoyo.ac.id)<sup>4</sup>, [hawa.gazani@trunojoyo.ac.id](mailto:hawa.gazani@trunojoyo.ac.id)<sup>5</sup>

\*Penulis Korespondensi: [220721100178@student.trunojoyo.ac.id](mailto:220721100178@student.trunojoyo.ac.id)

**Abstract.** This study discusses the effectiveness of Indonesia's halal certification system in supporting international standards and increasing global consumer satisfaction. The study uses a descriptive qualitative method with a case study approach to analyze the implementation of the national halal certification system. The results show that the halal certification system has strengthened legal protection and consumer confidence in halal products through synergy between BPJPH, MUI, and LPH. However, there are still challenges in harmonizing halal standards between countries and increasing the recognition of Indonesian certification at the global level. The digitization of the certification process and integration with international standards are considered important to accelerate services and enhance the credibility of the national system. This study recommends strengthening collaboration among stakeholders, international halal diplomacy, and technology-based system innovation so that Indonesia can compete globally and play a role as a world halal certification center.

**Keywords:** Indonesian halal certification; International halal standards; Consumer trust and satisfaction; Digitalization of halal certification; Global competitiveness of the halal industry.

**Abstrak.** Studi ini membahas efektivitas sistem sertifikasi halal Indonesia dalam mendukung standar internasional dan meningkatkan kepuasan konsumen global. Studi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus untuk menganalisis implementasi sistem sertifikasi halal nasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem sertifikasi halal telah memperkuat perlindungan hukum dan kepercayaan konsumen terhadap produk halal melalui sinergi antara BPJPH, MUI, dan LPH. Namun, masih terdapat tantangan dalam harmonisasi standar halal antarnegara dan peningkatan pengakuan sertifikasi Indonesia di tingkat global. Digitalisasi proses sertifikasi dan integrasi dengan standar internasional dinilai penting untuk mempercepat layanan dan meningkatkan kredibilitas sistem nasional. Studi ini merekomendasikan penguatan kolaborasi antar pemangku kepentingan, diplomasi halal internasional, dan inovasi sistem berbasis teknologi agar Indonesia dapat bersaing secara global dan berperan sebagai pusat sertifikasi halal dunia.

**Kata Kunci:** Sertifikasi halal Indonesia; Standar halal internasional; Kepercayaan dan kepuasan konsumen; Digitalisasi sertifikasi halal; Daya saing global industri halal.

### **1. LATAR BELAKANG**

Indonesia sebagai negara dalam populasi muslim terbesar di dunia mengalami pertumbuhan signifikan, dengan jumlah penduduk Muslim sampai dengan 245,17 juta jiwa maupun sekitar 87,06% dari total penduduk pada tahun 2024/2025, memiliki posisi strategis dalam ekosistem industri halal global dengan potensi pasar halal domestik yang mencapai USD 318,91 miliar pada tahun 2024, meningkat drastis dari USD 184 miliar di tahun 2023, serta diperkirakan sampai dengan USD 922,57 miliar ketika tahun 2032 dalam tingkatan pertumbuhan tahunan (CAGR) sejumlah 14,2%, yang memperkuat posisi Indonesia sebagai konsumen produk halal terbesar secara global.

Meskipun Indonesia menunjukkan perkembangan positif dengan naik ke peringkat ketiga dalam Global Islamic Economy Indicator (GIEI) 2024-2025, meningkat dari peringkat keempat sebelumnya, dengan capaian terdepan di sektor *modest fashion* (peringkat 1 global), wisata ramah Muslim dan farmasi & kosmetik (peringkat 2), nilai perdagangan produk halal mencapai USD 53,73 miliar antara Januari-Okttober 2024 dengan ekspor USD 41,4 miliar, serta memimpin negara-negara OIC dengan 40 transaksi investasi senilai USD 1,6 miliar pada tahun 2023.

Paradoks antara potensi pasar domestik yang sangat besar dengan capaian daya saing industri halal nasional masih tetap relevan, terutama terlihat pada sektor makanan halal yang hanya menempati peringkat 4 meskipun Indonesia memiliki pasar domestik terbesar dan *Islamic finance* di peringkat 6, yang mengindikasikan adanya permasalahan struktural dalam sistem jaminan halal Indonesia, khususnya dalam aspek sertifikasi halal yang menjadi gerbang utama produk halal untuk memasuki pasar global dan masih memerlukan penguatan signifikan untuk mengoptimalkan potensi Indonesia sebagai pemain utama dalam ekonomi Islam global(Akim et al., 2024).

Transformasi kelembagaan sertifikasi halal di Indonesia melalui implementasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) yang mengalihkan kewenangan sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sejak Oktober 2019, menandai era baru dalam tata kelola halal nasional(Al-Mawarid & Rohmah, 2023).

Perubahan paradigma dari *voluntary certification* menjadi *mandatory certification* dengan target penyelesaian sertifikasi seluruh produk beredar pada Oktober 2024 merupakan langkah revolusioner yang bertujuan menunjukkan kepastian serta perlindungan hukum untuk konsumen Muslim. Namun demikian, implementasi sistem baru ini menghadapi berbagai tantangan kompleks, mulai dari keterbatasan kapasitas auditor halal, kompleksitas birokrasi, hingga harmonisasi standar dengan regulasi halal internasional yang beragam.

Dalam konteks perdagangan internasional, sistem sertifikasi halal Indonesia menghadapi kompetisi ketat dengan skema sertifikasi negara lain yang telah lebih dahulu mendapatkan pengakuan global. Malaysia melalui JAKIM (Jabatan Kemajuan Islam Malaysia) telah membangun reputasi sebagai *gold standard* sertifikasi halal dengan pengakuan dari lebih 70 negara, sementara standar halal Gulf Cooperation Council (GCC) mendominasi pasar Timur Tengah, dan sistem halal Eropa dan Amerika berkembang sesuai preferensi pasar lokal mereka(Ibrahim & Fauziah, 20s23). Fragmentasi standar halal global ini menciptakan

kompleksitas bagi pelaku usaha Indonesia yang ingin mengekspor produk halal, karena sertifikat halal domestik seringkali tidak diakui secara otomatis di negara tujuan ekspor, sehingga memerlukan resertifikasi yang membutuhkan biaya dan waktu tambahan.

Harmonisasi standar halal internasional melalui kerangka kerja seperti SMIIC (Standards and Metrology Institute for Islamic Countries) OIC/SMIIC dan CAC (Codex Alimentarius Commission) *Guidelines for Halal Food* telah berupaya menciptakan konvergensi standar global, namun implementasinya masih terhambat oleh perbedaan interpretasi fikih, kapasitas teknis negara anggota, dan kepentingan ekonomi nasional masing-masing(Lutfika et al., 2022). Indonesia sebagai anggota aktif organisasi halal internasional seperti World Halal Council (WHC) dan dInternational Halal Accreditation Forum (IHAF) memiliki peluang untuk memainkan peran sentral dalam diplomasi halal global, namun hal ini memerlukan sistem sertifikasi domestik yang kredibel, transparan, dan *compatible* dengan *best practices* internasional.

Dari perspektif kepuasan konsumen, penelitian Pew Research Center (2023) menunjukkan bahwa 89% konsumen Muslim global memanfaatkan sertifikasi halal menjadi faktor penting untuk keputusan pembelian produk, bahkan

melampaui pertimbangan harga dan merek(Saputro, 2023). Fenomena halal *consciousness* yang semakin tinggi, terutama di kalangan Muslim milenial dan generasi Z, menuntut transparansi penuh dalam rantai pasok halal, termasuk ketersediaan informasi *real-time* mengenai status halal produk, integritas proses produksi, dan akuntabilitas lembaga sertifikasi. Dalam era digital 4.0, ekspektasi konsumen terhadap sistem sertifikasi halal tidak sekedar dalam keabsahan syariah, namun juga mencakup kecepatan layanan, aksesibilitas informasi, dan kemampuan verifikasi mandiri melalui platform digital seperti aplikasi *mobile* dan *blockchain-based* halal *traceability system*.

Optimalisasi sistem sertifikasi halal Indonesia menjadi urgensi strategis tidak hanya untuk melindungi konsumen domestik, namun juga dalam meningkatkan daya saing produk Indonesia pada pasar halal global dengan diperkirakan sampai pada USD 3,2 triliun ketika tahun 2025. SGIE Report 2023 mengidentifikasi bahwa negara-negara dengan sistem sertifikasi halal yang efisien dan terintegrasi secara internasional mampu meningkatkan nilai ekspor produk halal hingga 34% dalam periode lima tahun(Halik, Siradjuddin, et al., 2025). Bagi Indonesia, optimalisasi sistem sertifikasi halal bukan sekadar pemenuhan kewajiban regulasi, melainkan strategi ekonomi untuk mentransformasi Indonesia dari konsumen halal terbesar menjadi produsen dan eksportir halal terkemuka dunia.

Penelitian terkini oleh Halik, Siradjuddin, dan Lutfi (2025) memberikan kontribusi signifikan dalam mengisi kesenjangan literatur tersebut melalui pendekatan kualitatif eksploratif yang menggali tiga dimensi krusial: kepercayaan konsumen, efisiensi rantai pasok, dan tantangan implementasi standar global. Hasil penelitian membuktikan mengenai sertifikasi halal memiliki dampak signifikan dalam membangun kepercayaan konsumen yang tidak hanya berdimensi keagamaan, namun juga meliputi aspek transparansi produksi juga jaminan kualitas produk. Temuan ini selaras terhadap teori kepercayaan yang dijelaskan dari Islinda Syam and Abd Hafid (2025), di mana kepercayaan konsumen Muslim terhadap produk bersertifikat halal dibangun melalui tiga komponen: kemampuan produsen memenuhi standar syariah, niat baik dalam menjaga kualitas, dan integritas proses produksi(Syam & Hafid, 2025).

Lebih lanjut, penelitian ini mengidentifikasi bahwa sertifikasi halal mendorong efisiensi rantai pasok melalui seleksi pemasok yang lebih ketat, pengendalian kualitas yang konsisten, dan transparansi distribusi yang meningkat. Namun, temuan kritis penelitian ini mengungkapkan tiga hambatan utama dalam implementasi sertifikasi halal global: perbedaan standar antar negara (seperti antara MUI Indonesia, JAKIM Malaysia, dan IFANCA Amerika Serikat), kompleksitas birokrasi yang memperlambat proses sertifikasi hingga membebani UMKM, dan biaya sertifikasi yang tinggi dan bervariasi antar lembaga yang memengaruhi daya saing produk di pasar internasional. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa tanpa harmonisasi standar internasional dan penggunaan teknologi inovatif diantaranya *blockchain* dalam meningkatkan transparansi dan efisiensi, sistem sertifikasi halal Indonesia akan menghadapi kesulitan dalam meningkatkan kepuasan konsumen global dan mencapai target transformasi ekonomi halal nasional.

Namun demikian, literatur akademik mengenai evaluasi komprehensif sistem sertifikasi halal Indonesia pasca implementasi UU JPH masih terbatas, terutama yang menganalisis dimensi harmonisasi standar internasional dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen global. Mayoritas penelitian terdahulu fokus pada aspek regulasi dan implementasi teknis di tingkat domestik, sementara aspek *strategic alignment* dengan kebutuhan pasar internasional dan dinamika geopolitik halal global belum banyak dieksplorasi(Mukminin & Malahayatie, 2024). Kesenjangan riset ini menciptakan urgensi untuk melakukan kajian mendalam mengenai bagaimana sistem sertifikasi halal Indonesia dapat dioptimalkan agar tidak sekedar memenuhi standar internasional, namun juga mampu meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen global terhadap produk halal Indonesia.

Berdasarkan kompleksitas permasalahan tersebut, penelitian ini berupaya menganalisis secara komprehensif sistem sertifikasi halal Indonesia dalam konteks standar internasional dan kepuasan konsumen global, serta merumuskan strategi optimalisasi yang holistik dan *applicable*. Penelitian ini ditujukan mampu menunjukkan kontribusi teoritis pada pengembangan model integrasi sistem sertifikasi halal lintas negara, serta kontribusi praktis bagi pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan dan strategi untuk meningkatkan daya saing industri halal Indonesia di kancah global.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Konsep Sertifikasi Halal**

Sertifikasi halal merupakan sebuah tahapan resmi dalam memastikan mengenai sebuah produk benar-benar memenuhi standar kehalalan. Jadi, sebelum perusahaan bisa dapat sertifikasi halal, mereka harus meleati beberapa tahapan pemeriksaan. Pemeriksaan ini mencakup bahan baku yang digunakan, cara atau proses produksinya, sampai ke sistem jaminan halal yang diterapkan di perusahaan. Tujuannya biar bisa dibuktikan kalau semua tahap produksi sudah sesuai dengan aturan halal yang berlaku(Mulyono & Hidayat, 2022).

Proses sertifikasi ini dilakukan oleh auditor yang ahli di bidangnya. Mereka akan menilai dan memeriksa secara detail, lalu menentukan apakah produk tersebut halal maupun tidak. Kalau hasilnya memenuhi semua syarat, maka akan diterbitkan fatwa tertulis dengan menjelaskan produk itu halal. Fatwa tersebut diwujudkan dalam bentuk sertifikat halal(Hasan, 2014).

### **Sistem Sertifikasi Halal di Indonesia**

Sistem sertifikasi halal di Indonesia sebenarnya sudah mengalami banyak perubahan sejak pertama kali diterapkan. Awalnya, sistem ini bersifat sukarela serta dijalankan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) sejak tahun 1989. Akan tetapi, sesudah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) sistem tersebut berubah menjadi wajib dan dikelola oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang berada dibawah Kementerian Agama. Pergeseran ini tidak sekedar mengubah statusnya dari sukarela menjadi wajib, tapi juga menandai adanya pembentukan lembaga baru (BPJPH) dan integritas sistem sertifikasi halal ke dalam regulasi nasional, dengan MUI tetap berperan dalam menetapkan fatwa halal(Fajaruddin, 2018).

## Standart Sertifikasi Halal Internasional

Sertifikasi halal internasional adalah bentuk pengakuan resmi mengenai suatu produk sudah memenuhi standar kehalalan yang diakui secara global oleh Lembaga sertifikasi halal internasional. Sertifikasi tidak sekedar menunjukkan kesesuaian terhadap aturan halal di tingkat nasional, tetapi juga menjamin kepatuhan terhadap ketentuan halal yang berlaku di berbagai negara. Bagi pelaku usaha yang akan menembus pasar global, utamanya pada berbagai negara dalam sebagian besar penduduk muslim, sertifikasi halal internasional menjadi faktor strategis dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, serta menjaga kepercayaan konsumen muslim(Hermawati et al., 2025).

Salah satu lembaga yang berperan penting dalam harmonisasi standar halal internasional adalah Organisation of Islamic Cooperation (OIC) maupun Organisasi Kerja Sama Islam, dengan terdiri dari 57 negara anggota. OIC berfungsi sebagai wadah kolaborasi dunia Islam dalam memperkuat hubungan ekonomi dan perdagangan antarnegara muslim. Untuk mendukung fungsi tersebut, OIC membentuk lembaga *Standards and Metrology Institute for Islamic Countries SMIIC*, yang bertugas mengembangkan standar teknis, termasuk standar halal internasional.

SMIIC berperan dalam menyusun dan menerapkan Standar OIC/SMIIC, yang bertujuan menciptakan harmonisasi standar halal antarnegara anggota. Melalui mekanisme mutual recognition, sertifikat halal yang diterbitkan oleh lembaga resmi di satu negara anggota akan diakui secara otomatis dari negara anggota lainnya tanpa perlu melalui proses sertifikasi ulang. Kebijakan ini memberikan dampak signifikan terhadap kelancaran perdagangan internasional, khususnya dalam kegiatan ekspor-impor produk halal, karena mampu mengurangi hambatan administratif serta mempercepat distribusi produk halal antarnegara anggota OIC.

## Teori Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pendapat Philip Kotler dan Kevin Lane Keller pada bukunya *Manajemen Pemasaran*, kepuasan konsumen merupakan perasaan kecewa maupun senang dengan terdapat sesudah seseorang membandingkan hasil yang diterima pada sebuah produk terhadap keinginanya. Apabila kinerja produk sesuai maupun bahkan lebih dari harapan, konsumen mampu merasakan kepuasan. Sebaliknya, apabila hasilnya tidak seperti yang diinginkan maka konsumen akan merasa kecewa(Indrasari, 2019).

Setiap perusahaan tentu punya tujuan utama untuk memuaskan kebutuhan konsumennya. Hal ini bukan hanya penting untuk menjaga keberlangsungan usaha, tapi juga menjadi strategis utama dalam memenangkan persaingan pasar. Ketika konsumen merasa puas terhadap produk maupun layanan yang diterima pelanggan, mereka mampu lebih cenderung dalam melaksanakan pembelian ulang di kemudian hari saat membutuhkan produk yang sama. Artinya, kepuasan konsumen terdapat peran secara besar untuk menciptakan loyalitas. Pelanggan dengan merasa puas umumnya mampu merekomendasikan produk tersebut ke individu lainnya. Kondisi seperti ini menguntungkan pemilik usaha karena pembelian ulang dari pelanggan tetap itu adalah bagian terbesar dari total penjualan.

Dengan demikian, pelaku yang terjun dalam dunia bisnis perlu terus menjaga kualitas produk dan pelayanan agar sesuai dengan harapan pelanggan, bahkan kalau bisa meampaui ekspektasi mereka untuk menciptakan loyalitas jangka panjang.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini memanafatkan pendekatan kualitatif deskriptif melalui metode studi kasus pada sistem sertifikasi halal di Indonesia. Pendekatan ini dipilih dalam memahami dengan mendalam proses, kebijakan, dan kendala dalam pelaksanaan sertifikasi halal yang diterapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) serta lembaga terkait lainnya. Pendekatan kualitatif dipilih karena focus untuk menggali makna, persepsi, dan strategi optimalisasi sistem sertifikasi halal agar mampu bersaing di tingkat internasional dan meningkatkan.

kepuasan konsumen global. Penelitian ini dilakukan di Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) serta lembaga-lembaga pendukung seperti LPPOM MUI, pelaku industri halal, serta konsumen produk halal dan Teknik pengumpulan data bisa melalui kuesioner, wawancara, serta observasi dengan langsung terhadap proses sertifikasi halal tersebut.

Adapun subjek penelitian ini meliputi:

1. Pejabat dan staf BPJPH
2. Auditor halal
3. Pelaku usaha (UMKM dan industri besar)
4. Konsumen produk halal.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Efektivitas Pelayanan Sertifikasi Halal Nasional

Efektivitas pelayanan sertifikasi halal nasional di Indonesia dapat dilihat sejauh mana tiga lembaga utama Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Menjalankan perannya secara sinergis, profesional, dan transparan. Sertifikasi halal tidak sekedar simbol keagamaan, namun juga jenis perlindungan hukum serta jaminan kepercayaan konsumen terhadap produk yang tersebar pada pasar. BPJPH menjadi Lembaga naungan Kementerian Agama RI bertugas mengelola seluruh proses administratif sertifikasi, mulai dari pendaftaran, penetapan lembaga pemeriksa, hingga penerbitan sertifikat halal. Lembaga ini berperan sebagai regulator dan koordinator utama yang memastikan semua proses berjalan sesuai standar nasional serta efisien melalui sistem digital seperti SiHalal(Akim et al., 2020).

Sementara itu, MUI berperan sebagai otoritas keagamaan yang berwenang menetapkan fatwa halal. Setelah LPH melakukan pemeriksaan produk, hasilnya diserahkan kepada MUI untuk dikaji oleh Komisi Fatwa guna memastikan mengenai semua bahan serta proses produksi selaras terhadap hukum Islam. Dengan demikian, keputusan halal tidak semata administratif, tetapi juga memiliki legitimasi syariah yang kuat. LPH, di sisi lain, merupakan pelaksana teknis pemeriksaan yang dibentuk oleh universitas, yayasan, atau ormas Islam. Lembaga ini melakukan audit langsung ke lapangan, menguji bahan baku, serta menilai proses produksi untuk menjamin tidak ada unsur haram atau najis(Akim et al., 2020).

Efektivitas sistem ini sangat bergantung pada kolaborasi ketiga lembaga tersebut. Jika komunikasi berjalan baik, proses sertifikasi bisa diselesaikan dengan cepat, biaya lebih transparan, dan hasilnya dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan religius. Namun, masih terdapat beberapa tantangan, seperti keterbatasan jumlah auditor halal, kurangnya laboratorium terakreditasi, serta kesadaran pelaku usaha kecil yang masih rendah terhadap pentingnya sertifikasi halal. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah melalui BPJPH terus melakukan pembinaan, menyediakan program sertifikasi gratis bagi UMKM, dan meningkatkan kompetensi auditor halal. Melalui berbagai tahapan tersebut, ditujukan sistem sertifikasi halal di Indonesia semakin efektif, terpercaya, dan mampu mendukung posisi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia(Akim et al., 2020).

### Pentingnya Sertifikasi Halal Dalam Perdagangan Internasional

Sertifikasi halal kini sebagai aspek dengan sangat utama pada perdagangan internasional, terutama karena semakin banyaknya konsumen Muslim di seluruh dunia yang

membutuhkan jaminan produk sesuai syariat Islam(R et al., 2024). Sertifikasi ini memastikan mengenai produk dengan tersebar pada pasar bebas untuk bahan yang dilarang, dianatanya alcohol dan daging babi. Dengan demikian, keberadaan sertifikasi halal menunjukkan rasa aman untuk konsumen Muslim serta meningkatkan kepercayaan produsen dan eksportir mengenai produk mereka memenuhi standar global yang diakui dengan luas. Permintaan terhadap produk halal terus meningkat, tidak hanya pada sektor makanan dan minuman, tetapi juga merambah pada bidang kosmetik, farmasi, dan berbagai kebutuhan lainnya.

Berbagai negara dalam penduduk Muslim secara besar diantaranya Indonesia, Malaysia, dan wilayah Timur Tengah sangat bergantung pada sistem sertifikasi halal sebagai jaminan kualitas dan legalitas produk. Sertifikasi ini menjadi syarat utama bagi perusahaan yang ingin menembus pasar global. Bahkan di negara-negara non-Muslim, diantaranya di Eropa, Australia, serta Amerika, produk halal semakin diminati karena dianggap memiliki nilai tambah, baik dari sisi kebersihan, kualitas, maupun penghargaan terhadap keberagaman budaya. Negara seperti Malaysia melalui lembaga JAKIM telah diakui dunia karena sistem sertifikasinya yang ketat dan kredibel, sehingga produknya lebih mudah diterima di pasar internasional. Indonesia pun berupaya memperkuat posisinya dengan membentuk BPJPH untuk mengelola jaminan produk halal secara nasional dan meningkatkan kepercayaan dunia terhadap produk halal Indonesia(Halik, Sirajuddin, et al., 2025).

Walaupun begitu, sistem sertifikasi halal masih menghadapi sejumlah tantangan. Perbedaan standar antarnegara sering kali menjadi hambatan, karena masing-masing memiliki aturan dan mekanisme yang berbeda. Selain itu, biaya dan proses sertifikasi yang cukup panjang dapat menjadi kendala, terutama bagi usaha kecil dan menengah yang memiliki keterbatasan sumber daya. Namun, sertifikasi halal tetap membawa banyak manfaat, tidak hanya memastikan kehalalan, tetapi juga menjamin aspek higienitas dan keamanan produk melalui pemeriksaan dan pengujian yang ketat. Oleh karena itu, produk bersertifikat halal juga semakin diminati oleh konsumen non-Muslim yang mengutamakan kualitas dan kebersihan(Halik, Sirajuddin, et al., 2025).

Lebih dari sekadar label keagamaan, sertifikasi halal kini menjadi sarana penting dalam memperkuat kerja sama perdagangan internasional. Upaya harmonisasi standar halal antarnegara diharapkan dapat mengurangi hambatan ekspor-impor dan memperlancar perdagangan global(Ibrahim & Fauziah, 2023). Organisasi internasional juga turut berperan dalam mendukung pembentukan sistem sertifikasi halal yang diakui secara global. Saat ini, gaya hidup halal telah menjadi tren dunia, tidak hanya di negara mayoritas Muslim, tetapi juga

di negara-negara lain seperti Jepang, Amerika, Inggris, dan Cina. Banyak perusahaan global, termasuk maskapai penerbangan besar, kini menyediakan layanan dan produk halal sebagai bagian dari strategi bisnis mereka. Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya menjadi simbol kepatuhan agama, tetapi juga faktor strategis dalam meningkatkan daya saing dan memperluas pasar di kancah internasional(Himmah & Faslah, 2025).

### **Peran Pemerintah dan Kolaborasi Pemangku Kepentingan dalam Ekosistem Industri Halal**

Pertumbuhan industri halal menunjukkan perkembangan yang sangat pesat dan kini sudah sebagai salah satu sektor strategis pada perekonomian global (Trimulato et al., 2022). Di balik keberhasilan tersebut, terdapat sinergi berbagai pihak yang berperan aktif untuk menunjukkan ekosistem halal dengan inklusif, berdaya saing, juga berkelanjutan. Pemerintah, lembaga sertifikasi, pelaku usaha, serta konsumen masing-masing terdapat tanggung jawab penting untuk memastikan industri halal terus tumbuh secara konsisten dan memberikan manfaat luas bagi masyarakat.

Pemerintah berperan sentral sebagai pembuat kebijakan yang menetapkan regulasi dan standar kehalalan secara jelas. Di Indonesia, peran ini diwujudkan melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang mengeluarkan sertifikasi halal resmi bagi produk yang beredar, sementara di Malaysia fungsi tersebut dijalankan oleh JAKIM (Jabatan Kemajuan Islam Malaysia). Selain menetapkan regulasi, pemerintah juga memiliki fungsi edukatif melalui kegiatan sosialisasi dan pendampingan bagi masyarakat serta pelaku usaha agar memahami pentingnya konsumsi dan produksi produk halal. Upaya ini mendorong meningkatnya kesadaran masyarakat untuk memilih produk sesuai prinsip syariah(Nugraha et al., 2024).

Pemerintah juga berkontribusi dalam pemberdayaan pelaku usaha, terutama sektor Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM), dengan menyediakan pelatihan, bantuan teknis, serta insentif guna membantu mereka memenuhi standar halal internasional dan memperluas jangkauan pasar global. Namun, efektivitas ekosistem halal tidak hanya bergantung pada kebijakan pemerintah. Lembaga sertifikasi halal memiliki peranan vital dalam memastikan keaslian dan kepatuhan produk terhadap ketentuan syariah. Tanpa keberadaan lembaga yang kredibel, kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk akan sulit terbangun(Ridlo et al., 2022).

Selain itu, produsen berfungsi sebagai ujung tombak dalam menjaga kualitas produk halal. Mereka bertanggung jawab untuk memproduksi barang yang sesuai dengan standar kehalalan serta melakukan inovasi agar tetap kompetitif di pasar internasional. Komitmen produsen dalam menjaga integritas dan kualitas produk menjadi kunci keberlangsungan ekosistem halal(Maulizah & Sugianto, 2024).

Konsumen juga berperan penting melalui peningkatan kesadaran terhadap pentingnya produk halal. Permintaan yang tinggi dari konsumen mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dan meningkatkan mutu produk. Dengan meningkatnya kesadaran halal di kalangan masyarakat global, industri halal semakin berkembang dan mampu memperluas kontribusinya terhadap perekonomian dunia(Maulizah & Sugianto, 2024).

Secara keseluruhan, keberhasilan industri halal sangat bergantung pada kolaborasi yang sinergis antara pemerintah, lembaga sertifikasi, produsen, dan konsumen. Ketika seluruh pihak berperan aktif dan saling mendukung, ekosistem industri halal tidak hanya memperkuat kesejahteraan umat Muslim, tetapi juga menjadi kekuatan ekonomi global yang berpotensi besar dan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan.

## 5. KESIMPULAN

Sistem sertifikasi halal Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi model global dalam menjamin kehalalan produk, namun optimalisasi menyeluruh masih diperlukan. Dalam konteks global, masih terdapat hambatan berupa perbedaan standar antarnegara, kurangnya pengakuan internasional terhadap sertifikat halal Indonesia, serta biaya sertifikasi. Selain itu, tuntutan konsumen global terhadap transparansi dan kecepatan layanan menuntut adaptasi teknologi dalam sistem sertifikasi, seperti penggunaan *blockchain* dan *platform* digitalisasi halal. Untuk mencapai daya saing internasional dan meningkatkan kepuasan konsumen, Indonesia perlu melakukan harmonisasi standar halal melalui forum SMIIC-OIC, memperkuat kapasitas auditor, mempercepat digitalisasi sistem, serta memperluas kerja sama internasional. Dengan demikian, optimalisasi sistem sertifikasi halal bukan hanya instrumen perlindungan konsumen, tetapi juga strategi nasional dalam mentransformasi Indonesia dari konsumen terbesar menjadi produsen dan pusat industri halal dunia.

## DAFTAR REFERENSI

- Akim, A., Sari, V. P., Konety, N., & Nidatya, N. (2024). "Indonesia's Global Halal Hub: Competitive Strategies for Leadership". *Jurnal Global & Strategis*, 18(1), 29–56. <https://doi.org/10.20473/jgs.18.1.2024.29-56>
- Akim, Chandra Purnama, & Konety, N. (2020). "Tata Kelola Sertifikasi Halal & Dinamika Industri Halal di Asia Tenggara". ITB PRESS.
- Al-Mawarid, I. S., & Rohmah, S. N. (2023). "Urgensi Peralihan Kewenangan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Majelis Ulama Indonesia Kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal". *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar'I*, 10(2), 551–564. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v10i2.31973>
- Fajaruddin. (2018). "Efektivitas Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Dalam Perlindungan Konsumen". *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2), 204–216.
- Halik, A. C., Sirajuddin, S., & Mukhtar Lutfi. (2025). "Efektivitas Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Dan Optimasi Rantai Pasok". *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 3772–3780. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.7517>
- Halik, A. C., Sirajuddin, & Lutfi, M. (2025). "Efektifitas Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen dan Optimalisasi Rantai Pasok". *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 3772–3780.
- Hasan, K. S. (2014). "Kepastian Hukum Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Produk Pangan". *Jurnal Dinamika Hukum*, 14(2), 227–238. <https://doi.org/10.20884/1.jdh.2014.14.2.292>
- Hermawati, R., Hilman, N. A. F., Utari, D. P., & Dkk. (2025). "Implikasi Standar Sertifikasi Halal Internasional terhadap Perdagangan Global Indonesia pada Produk Halal". *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 3(4), 185–201.
- Himmah, F., & Faslah, R. (2025). "Peran Standarisasi halal Dalam Membangun Daya Tarik Konsumen yang Sangat Kuat Terhadap Suatu Produk di Dalam Industri Pasar Global Journal of Business Economics and Management". *Journal of Business Economics and Management*, 01(04), 1231–1241.
- Ibrahim, H., & Fauziah, N. (2023). "Peran Dan Strategi Peningkatan Sertifikasi Halal Dalam Ekspor Produk Halal Di Pasar Internasional". *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2567–2571. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13311>
- Indrasari, M. (2019). "Pemasaran & Kepuasan Pelanggan". In Unitomo Press.
- Lutfika, E., Kusnandar, F., & Hunaefi, D. (2022). "Comparative Analysis and Harmonization of Global Halal Standards". *International Journal of Halal Research*, 4(1), 29–39. <https://doi.org/10.18517/ijhr.4.1.29-39.2022>

- Maulizah, R., & Sugianto. (2024). “Pentingnya Produk Halal di Indonesia : Analisis Kesadaran Konsumen, Tantangan Dan Peluang”. *El-Suffah: Jurnal Studi Islam*, 1(2), 129–147.
- Mukminin, A., & Malahayatie. (2024). “Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia Saat Pandemi”. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 2(03), 469–482.
- Mulyono, A., & Hidayat, Y. R. (2022). “Implementasi Kebijakan Sertifikasi Halal Di Indonesia”. *Res Publica: Journal of Social Policy Issues*, 1(1), 1–10.
- Nugraha, N., Sapta, A. E., Budiyono, I., Hasanah, S., Ulya, N. M., Lestari, S. S., Windawati, A., & Sari, M. K. (2024). “The Role of Stakeholders in Accelerating Halal Certification for SMEs”. *KnE Social Sciences*, 169–180. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i17.16321>
- R, B., Sapa, N. Bin, Muthiadin, C., & S, S. (2024). “Pentingnya Sertifikat Halal Dalam Perdagangan Internasional”. *EKOMA: Jurnal Ekonomi Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 3000–3013.
- Ridlo, M., Amalia, D., Surya, F., & Anggara, A. (2022). “Stakeholders Approach in Halal Tourism Development Strategy : A Case Study in Ponorogo District”. *Ekuilibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 17(2), 171–181.
- Saputro, A. R. (2023). “Motivasi, Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Rantai Pasok Halal”. *Journal of Manufacturing in Industrial Engineering & Technology*, 1(1), 52–57. <https://doi.org/10.30651/mine-tech.v1i1.16639>
- Syam, I., & Hafid, A. (2025). “Jurnal Al-Istishna : Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Peningkatkan Kepercayaan Konsumen ( Studi Kasus Konsumen AHA Food di Kota Watampone ) Pendahuluan”. *Jurnal Al-Istishna : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 01(02), 136–148.
- Trimulato, Syarifuddin, Umar, S. H., & Dkk. (2022). “The role Halal industry to support sustainable development goals (SDGs)”. In *Proceeding of International Annual Conference on Islamic Economy and Law*, 1(2), 205–217.