Jurnal Pajak dan Analisis Ekonomi Syariah
Volume 3, Nomor 4, Oktober 2026
E-ISSN .: 3046-9260; P-ISSN.: 3046-871X; Hal. 66-85
DOI: https://doi.org/10.61132/jpaes.v3i4.2647
Tersedia: https://ejournal.areai.or.id/index.php/JPAES

Integrasi Nilai-Nilai Islam dalam Sertifikasi Halal sebagai Instrumen Penguatan Ekonomi Syariah di Indonesia

Eny Latifah[1*], Sitti Atiyatul Mahfudoh[2], Fitri Nur Rohmah[3], Akhmad Fauzi Sayuti[4]
[1] Universitas Tarbiyatut Tholabah Lamongan, Indonesia
[2-4] Institut Agama Islam Al-Khairat Pamekasan Jawa Timur, Indonesia
**Penulis Korespondensi: enilathifah@iai-tabah.ac.id*

Abstract. *Halal certification has generally been understood as an instrument for providing legal assurance regarding the halal status of products. However, from an Islamic economic perspective, halal certification has a broader dimension because it can serve as an instrument for internalizing Islamic values into economic activities. This study aims to analyze the integration of Islamic values into halal certification and its contribution to strengthening the Islamic economy in Indonesia. The study employs a descriptive qualitative approach using a library research method through a review of relevant scholarly articles and literature. The data were analyzed using content and thematic analysis to identify the relationships among Islamic values, halal certification, the halal value chain, and the strengthening of the Islamic economy. The findings indicate that the values of tawhid, trustworthiness (amanah), justice ('adl), honesty (ṣidq), responsibility (mas'uliyyah), and public benefit (maslahah) can be integrated into the halal certification process. Such integration strengthens consumer protection, market trust, product competitiveness, the halal value chain, and MSME empowerment. From the perspective of maqāṣid al-sharī'ah, halal certification functions not merely as a compliance instrument but also as a mechanism for promoting public welfare and social and economic benefits. Therefore, halal certification can be positioned as a strategic instrument for strengthening the Islamic economy when its implementation is directed toward the internalization of Islamic values and the sustainable development of the halal industry ecosystem.*

Keywords*: Halal Certification; Halal Value Chain; Islamic Economy; Islamic Values; Maqāṣid Al-Sharī'Ah.*

Abstrak. Sertifikasi halal selama ini cenderung dipahami sebagai instrumen untuk memberikan kepastian hukum terhadap status kehalalan suatu produk. Padahal, dalam perspektif ekonomi syariah, sertifikasi halal memiliki dimensi yang lebih luas karena dapat menjadi instrumen internalisasi nilai-nilai Islam dalam aktivitas ekonomi. Penelitian ini bertujuan menganalisis integrasi nilai-nilai Islam dalam sertifikasi halal serta kontribusinya terhadap penguatan ekonomi syariah di Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode library research melalui telaah terhadap jurnal ilmiah dan literatur yang relevan. Data dianalisis menggunakan analisis isi dan analisis tematik untuk mengidentifikasi keterkaitan antara nilai-nilai Islam, sertifikasi halal, halal value chain, dan penguatan ekonomi syariah. Hasil kajian menunjukkan bahwa nilai tauhid, amanah, keadilan (*'adl*), kejujuran (*ṣidq*), tanggung jawab (*mas'uliyyah*), dan maslahah dapat diintegrasikan dalam proses sertifikasi halal. Integrasi tersebut memperkuat perlindungan konsumen, kepercayaan pasar, daya saing produk, halal value chain, dan pemberdayaan UMKM. Dalam perspektif maqāṣid al-sharī'ah, sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai instrumen kepatuhan, tetapi juga sebagai mekanisme untuk mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, sertifikasi halal dapat diposisikan sebagai instrumen strategis penguatan ekonomi syariah apabila implementasinya diarahkan pada internalisasi nilai Islam dan penguatan ekosistem industri halal secara berkelanjutan.

Kata kunci: Ekonomi Syariah; Halal Value Chain; Maqāṣid Al-Sharī'Ah; Nilai-Nilai Islam; Sertifikasi Halal.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan industri halal menunjukkan bahwa konsep halal tidak lagi terbatas pada kepatuhan agama, tetapi telah menjadi bagian penting dari ekonomi, perdagangan, kewirausahaan, dan pembangunan ekonomi syariah. Dalam perspektif Islam, halal berkaitan erat dengan konsep ḥalāl dan ṭayyib, yaitu kehalalan yang disertai keamanan, kualitas, kebersihan, kemanfaatan, serta proses produksi dan distribusi yang sesuai dengan prinsip

Naskah Masuk: 30 Juni 2026; Revisi: 25 Juli 2026; Diterima: 24 September 2026; Terbit: 28 Oktober 2026

syariah. Dengan demikian, industri halal merupakan implementasi nilai Islam dalam aktivitas ekonomi yang berlandaskan kepatuhan syariah, kemaslahatan, keadilan, dan tanggung jawab.

Perkembangan tersebut semakin relevan karena produk halal tidak hanya diminati konsumen Muslim, tetapi juga dikaitkan dengan kualitas, keamanan, kebersihan, etika, dan keberlanjutan. Dalam konteks Indonesia, industri halal mencakup makanan dan minuman, farmasi, kosmetik, fesyen, pariwisata ramah Muslim, serta jasa pendukung lainnya. Bawafie et al. (2024) menegaskan bahwa industri halal perlu dibangun melalui paradigma tauhid agar rantai nilai halal menjadi bagian dari penerapan nilai Islam dalam produksi dan distribusi. Sejalan dengan itu, Fadilah et al. (2026) menempatkan penguatan ekosistem industri halal sebagai bagian penting dari pembangunan ekonomi syariah yang membutuhkan keterhubungan antarsektor dan antarpelaku ekonomi.

Salah satu instrumen penting dalam ekosistem tersebut adalah sertifikasi halal. Sertifikasi memberikan jaminan mengenai status kehalalan produk sekaligus meningkatkan legitimasi, kepercayaan, dan nilai tambah bagi pelaku usaha. Sertifikasi juga membantu mengurangi ketidakpastian konsumen terkait bahan, proses produksi, penyimpanan, distribusi, dan penyajian. Yepsi et al. (2025) menunjukkan bahwa sertifikasi halal berperan strategis dalam meningkatkan daya saing industri pangan halal, sedangkan Ramadhan et al. (2025) mengaitkan sertifikasi dan pengembangan UMKM dengan kontribusi industri halal terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dengan demikian, sertifikasi halal dapat diposisikan sebagai infrastruktur kelembagaan dalam pengembangan ekonomi syariah.

Namun, sertifikasi halal perlu dipahami lebih luas daripada sekadar mekanisme legal-formal. Secara substantif, halal juga berkaitan dengan proses, perilaku, tanggung jawab, kejujuran, keadilan, dan kemaslahatan. Karena itu, penting dikaji apakah sertifikasi halal dapat menjadi instrumen untuk menginternalisasikan nilai-nilai Islam dalam keseluruhan aktivitas ekonomi. Integrasi nilai tauhid, amanah, keadilan, tanggung jawab, kejujuran, transparansi, dan maslahah dapat memperkuat substansi sertifikasi. Sani et al. (2025) menegaskan pentingnya integrasi nilai syariah dalam strategi dan etika pemasaran produk bersertifikasi halal, sehingga sertifikasi tidak berhenti pada simbol atau label, tetapi terhubung dengan perilaku bisnis yang sesuai dengan prinsip Islam.

Integrasi tersebut sejalan dengan perspektif maqāṣid al-sharī‘ah, yang menempatkan aktivitas ekonomi pada pencapaian kemaslahatan dan pencegahan kemudaratan. Fatmasari dan Jaelani (2026) menunjukkan bahwa integrasi maqāṣid al-sharī‘ah dalam industri halal dapat memperkuat perlindungan konsumen dan kesejahteraan umat. Dengan demikian, sertifikasi

halal dapat menjadi bagian dari mekanisme perlindungan konsumen sekaligus mendorong pelaku usaha menjalankan aktivitas ekonomi secara bertanggung jawab.

Nilai Islam juga perlu diterapkan sepanjang halal value chain, mulai dari pengadaan bahan baku, produksi, pengemasan, penyimpanan, distribusi, pemasaran, pembiayaan, hingga konsumsi. (Sasongko et al., 2024) menegaskan bahwa penguatan ekosistem halal value chain dapat mendukung kemandirian ekonomi masyarakat, khususnya melalui sektor pertanian dan UMKM. Pada sisi lain, sertifikasi dapat mendorong peningkatan kualitas dan inovasi produk. (Arifin et al., 2026) mengaitkan sertifikasi halal dengan inovasi produk dalam perspektif kewirausahaan syariah. Bagi UMKM, sertifikasi juga berpotensi memperluas akses pasar dan meningkatkan kredibilitas usaha apabila disertai pendampingan dan pemberdayaan.

Selain aspek ekonomi, integrasi nilai Islam dalam industri halal juga berkaitan dengan keberlanjutan. Nilai Islam dapat diintegrasikan dalam praktik bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan(Romli, 2024). Hal ini memperluas makna halal dari sekadar kepatuhan bahan dan proses menuju praktik bisnis yang bertanggung jawab terhadap manusia dan lingkungan. Penguatan industri halal juga membutuhkan sinergi antarlembaga, termasuk sektor keuangan syariah, pemerintah, UMKM, pendidikan, teknologi, dan industri. (Husain, 2021)Husain (2021) menekankan pentingnya sinergi kelembagaan dalam pengembangan industri halal, sedangkan (Syaifullah, 2023)menunjukkan pentingnya sinergi industri halal dan ekonomi kreatif dalam membangun ekosistem ekonomi syariah yang berkelanjutan.

Sejumlah penelitian telah membahas sertifikasi halal dari perspektif daya saing (Yepsi et al., 2025), etika dan nilai syariah(Sani et al., 2025), maqāṣid al-sharī‘ah dan perlindungan konsumen (Fadilah et al., 2026), inovasi produk(Arifin et al., 2026), serta penguatan ekosistem halal(Husain, 2021). Meskipun demikian, masih terdapat ruang penelitian mengenai integrasi nilai-nilai Islam dalam sertifikasi halal dan kontribusinya sebagai instrumen penguatan ekonomi syariah di Indonesia. Penelitian sebelumnya cenderung membahas aspek-aspek tersebut secara terpisah, sedangkan hubungan antara nilai Islam sebagai fondasi normatif, sertifikasi halal sebagai instrumen kelembagaan, dan penguatan ekonomi syariah sebagai tujuan pembangunan masih memerlukan kajian yang lebih integratif.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini menganalisis integrasi nilai-nilai Islam dalam sertifikasi halal serta kontribusinya terhadap penguatan ekonomi syariah di Indonesia. Penelitian menempatkan nilai-nilai Islam sebagai fondasi, sertifikasi halal sebagai instrumen, dan penguatan ekonomi syariah sebagai orientasi, sehingga sertifikasi halal tidak hanya dipahami sebagai label kepatuhan, tetapi sebagai instrumen kepercayaan, perlindungan

konsumen, pemberdayaan UMKM, penguatan halal value chain, dan pembangunan ekosistem ekonomi syariah yang inklusif dan berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORITIS

Nilai-Nilai Islam dalam Aktivitas Ekonomi

Islam memandang aktivitas ekonomi sebagai bagian dari kehidupan manusia yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga pada keadilan, kemaslahatan, keseimbangan, dan keberkahan. Karena itu, kegiatan produksi, distribusi, konsumsi, dan perdagangan harus dilaksanakan sesuai prinsip syariah.

Nilai-nilai Islam menjadi landasan moral dalam aktivitas ekonomi, meliputi tauhid, amanah, ‘adl (keadilan), kejujuran, dan maslahah. Tauhid menegaskan pertanggungjawaban kepada Allah Swt., amanah menuntut kejujuran dan tanggung jawab, ‘adl mengatur keseimbangan hak dan kewajiban, sedangkan maslahah mengarahkan kegiatan ekonomi pada manfaat dan pencegahan kerugian.

Dalam industri halal, nilai tersebut tidak hanya berkaitan dengan hasil akhir produk, tetapi juga proses produksi yang menjamin kejujuran, kebersihan, keamanan, tanggung jawab, dan kepatuhan syariah. (Bawafie et al., 2024) menempatkan paradigma tauhid sebagai landasan dalam membangun rantai nilai halal di Indonesia. Dengan demikian, industri halal merupakan sistem ekonomi yang berlandaskan nilai Islam.

Nilai-nilai tersebut juga memperkuat etika bisnis melalui pencegahan penipuan, manipulasi, eksploitasi, dan ketidakjujuran. Transparansi mengenai bahan, proses produksi, dan status halal menjadi penting untuk membangun kepercayaan antara produsen, lembaga sertifikasi, dan konsumen.

Dengan demikian, integrasi nilai Islam dalam aktivitas ekonomi mencakup tauhid, amanah, keadilan, kejujuran, transparansi, tanggung jawab, maslahah, dan keberlanjutan. Prinsip-prinsip ini menjadi dasar untuk menilai sertifikasi halal tidak hanya sebagai pemberian label, tetapi juga sebagai instrumen internalisasi nilai-nilai Islam dalam aktivitas ekonomi.

Konsep Halal dan Ṭayyib

Konsep halal merupakan salah satu prinsip fundamental dalam ekonomi Islam. Secara umum, halal menunjukkan sesuatu yang diperbolehkan menurut ketentuan syariah, sedangkan haram menunjukkan sesuatu yang dilarang. Namun, dalam konteks industri halal, konsep halal tidak dapat dilepaskan dari konsep ṭayyib, yaitu sesuatu yang baik, berkualitas, aman, bersih, dan memberikan kemanfaatan.

Integrasi antara halal dan ṭayyib memberikan pemahaman bahwa produk yang sesuai dengan prinsip Islam bukan hanya harus terbebas dari unsur yang diharamkan, tetapi juga perlu memperhatikan kualitas dan kemanfaatannya bagi manusia. Dengan demikian, konsep halal memiliki dimensi normatif, etis, kesehatan, keamanan, dan sosial.

Dalam konteks industri, prinsip halal ṭayyib dapat diterapkan sejak pengadaan bahan baku sampai produk diterima konsumen. Bahan yang digunakan harus memenuhi ketentuan halal, proses produksi harus terhindar dari kontaminasi bahan yang tidak halal, fasilitas produksi perlu dikelola secara tepat, serta penyimpanan dan distribusi harus menjaga integritas produk halal.

Konsep tersebut menjadikan halal sebagai suatu sistem, bukan sekadar atribut produk. (Bawafie et al., 2024) menjelaskan pentingnya paradigma tauhid dalam membangun halal value chain. Artinya, kepatuhan halal perlu dijaga sepanjang rantai nilai agar integritas halal tidak terputus pada salah satu tahapan produksi maupun distribusi.

Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan mekanisme yang digunakan untuk memberikan jaminan bahwa suatu produk telah memenuhi ketentuan kehalalan berdasarkan standar dan prosedur yang ditetapkan. Sertifikasi halal memiliki fungsi penting dalam mengurangi ketidakpastian konsumen terhadap status suatu produk serta membangun kepercayaan terhadap produk yang dikonsumsi atau digunakan.

Dalam perspektif ekonomi, sertifikasi halal juga dapat menjadi sinyal kualitas dan kepatuhan. Konsumen menghadapi keterbatasan informasi mengenai bahan dan proses produksi suatu produk. Sertifikasi halal memberikan informasi yang dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan. Dengan demikian, sertifikasi dapat mengurangi information asymmetry antara produsen dan konsumen.

Sertifikasi halal memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya saing industri pangan halal dari perspektif ekonomi Islam(Yepsi et al., 2025). Sertifikasi dapat memberikan nilai tambah melalui peningkatan kepercayaan konsumen, legitimasi produk, dan peluang pengembangan pasar.

Sertifikasi halal juga memiliki dimensi perlindungan konsumen. Konsumen Muslim membutuhkan kepastian bahwa produk yang dikonsumsi sesuai dengan keyakinan agamanya. Oleh karena itu, sertifikasi halal dapat dipahami sebagai instrumen perlindungan terhadap hak konsumen sekaligus mekanisme untuk memastikan kepatuhan pelaku usaha terhadap prinsip syariah.

Namun, sertifikasi halal tidak seharusnya berhenti pada aspek administratif. Sertifikasi perlu dipahami sebagai bagian dari sistem jaminan halal yang mendorong pelaku usaha menjaga konsistensi kehalalan produk. Dalam konteks inilah nilai amanah, tanggung jawab, transparansi, dan maslahah menjadi relevan sebagai dimensi substantif dari sertifikasi halal.

Integrasi Nilai Islam dalam Sertifikasi Halal

Integrasi nilai Islam dalam sertifikasi halal merupakan proses memasukkan prinsip-prinsip Islam ke dalam keseluruhan orientasi, proses, dan implementasi sertifikasi halal. Dengan pendekatan ini, sertifikasi tidak hanya dipahami sebagai prosedur untuk mendapatkan pengakuan formal, tetapi sebagai instrumen untuk membangun perilaku ekonomi yang sesuai dengan nilai syariah.

Integrasi tersebut dapat dilihat melalui beberapa dimensi: (1) nilai tauhid. Tauhid menjadi fondasi bahwa kegiatan ekonomi merupakan bagian dari pertanggungjawaban manusia kepada Allah Swt. Sertifikasi halal dengan demikian tidak hanya berorientasi pada kepatuhan regulasi, tetapi juga kesadaran spiritual pelaku usaha. (2) amanah. Pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk memastikan kebenaran informasi mengenai bahan dan proses produksinya. Sertifikasi halal tidak akan memiliki makna substantif apabila terdapat manipulasi informasi atau ketidakjujuran dalam proses produksi. (3) keadilan. Sertifikasi harus memberikan kepastian dan perlindungan secara proporsional bagi konsumen maupun pelaku usaha. Prinsip keadilan juga menuntut adanya proses sertifikasi yang transparan, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan. (4) Keempat, transparansi. Informasi mengenai status halal, bahan, proses produksi, dan pemeliharaan kehalalan perlu dapat dipertanggungjawabkan. Transparansi memperkuat kepercayaan publik terhadap sistem sertifikasi. (5) maslahah. Sertifikasi halal pada akhirnya harus memberikan manfaat bagi masyarakat, baik melalui perlindungan konsumen, peningkatan kualitas produk, penguatan UMKM, maupun pengembangan industri halal.

Nilai-nilai syariah memiliki relevansi dalam strategi dan etika pemasaran produk bersertifikasi halal(Sani et al., 2025). Sementara itu, (Sunarta et al., 2025) mengaitkan integrasi maqāṣid al-sharī‘ah dengan perlindungan konsumen dan kesejahteraan umat. Kedua perspektif tersebut memperkuat pandangan bahwa sertifikasi halal perlu ditempatkan dalam kerangka nilai yang lebih luas.

Maqāṣid al-Sharī‘ah sebagai Landasan Pengembangan Industri Halal

Maqāṣid al-sharī‘ah merupakan salah satu kerangka penting dalam memahami tujuan syariah. Dalam konteks ekonomi, maqāṣid memberikan orientasi bahwa kegiatan ekonomi harus diarahkan pada pencapaian kemaslahatan dan pencegahan kemudaratan.

Pengembangan industri halal dapat dikaitkan dengan maqāṣid karena industri tersebut berhubungan langsung dengan perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Produk halal memberikan kepastian kepada konsumen Muslim dalam menjalankan keyakinan agamanya, sementara aspek keamanan dan kualitas produk berkaitan dengan perlindungan kehidupan dan kesehatan.

Dalam perspektif ini, sertifikasi halal dapat dipandang sebagai salah satu instrumen kelembagaan untuk mewujudkan maqāṣid. Sertifikasi memberikan mekanisme untuk memastikan bahwa produk yang beredar memenuhi ketentuan halal dan dapat memberikan perlindungan kepada konsumen.

Integrasi maqāṣid al-sharī‘ah dalam pengembangan industri halal untuk memperkuat perlindungan konsumen dan kesejahteraan umat (Fadilah et al., 2026). Dengan demikian, keberhasilan sertifikasi halal tidak hanya dapat dinilai berdasarkan jumlah produk yang memperoleh sertifikat, tetapi juga berdasarkan kontribusinya terhadap perlindungan dan kemaslahatan masyarakat.

Halal Value Chain

Industri halal merupakan suatu ekosistem yang terdiri atas berbagai tahapan dan aktor yang saling terhubung. Konsep halal value chain menjelaskan bahwa prinsip halal perlu diterapkan sepanjang rantai nilai, mulai dari pengadaan bahan baku, produksi, pengolahan, penyimpanan, distribusi, pemasaran, hingga konsumsi.

Penerapan halal pada satu tahapan saja tidak cukup untuk menjamin integritas produk apabila tahapan lainnya tidak memenuhi prinsip halal. Oleh karena itu, sertifikasi halal harus memiliki keterkaitan dengan mekanisme pengendalian dan jaminan halal sepanjang rantai nilai.

(Fika et al., 2026)menunjukkan bahwa pengembangan halal value chain dapat berperan dalam membangun kemandirian ekonomi masyarakat melalui integrasi sektor pertanian dan UMKM. Perspektif ini memperlihatkan bahwa halal value chain memiliki dimensi ekonomi yang luas karena dapat menghubungkan produsen bahan baku, industri pengolahan, pelaku UMKM, lembaga keuangan, distributor, dan konsumen.

Dengan demikian, integrasi nilai Islam dalam sertifikasi halal perlu dilihat secara menyeluruh. Sertifikasi bukan hanya memastikan status halal produk akhir, tetapi juga dapat menjadi instrumen untuk mendorong konsistensi nilai Islam dalam rantai nilai industri.

Industri Halal dan Ekonomi Syariah

Ekonomi syariah merupakan sistem aktivitas ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam dengan orientasi pada keseimbangan antara kepentingan individu dan

masyarakat. Industri halal menjadi salah satu komponen penting dalam ekosistem ekonomi syariah karena menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi prinsip halal serta dapat dikembangkan melalui mekanisme bisnis yang sesuai dengan nilai syariah.

Pengembangan industri halal dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan produksi, penciptaan lapangan kerja, pengembangan UMKM, peningkatan perdagangan, inovasi produk, serta perluasan pasar. (Ramadhan et al., 2025) menghubungkan industri halal, sertifikasi, dan UMKM dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia. (Fadilah et al., 2026) juga menekankan pentingnya penguatan ekosistem industri halal nasional berbasis ekonomi syariah.

Namun, penguatan ekonomi syariah tidak hanya ditentukan oleh besarnya nilai transaksi industri halal. Kualitas ekosistem, kepatuhan terhadap prinsip syariah, keadilan distribusi, pemberdayaan masyarakat, dan keberlanjutan juga merupakan aspek penting. Oleh sebab itu, sertifikasi halal yang terintegrasi dengan nilai Islam dapat menjadi salah satu instrumen untuk memastikan bahwa pertumbuhan industri halal memiliki dimensi ekonomi sekaligus etis.

Sertifikasi Halal sebagai Instrumen Penguatan Ekonomi Syariah

Berdasarkan uraian sebelumnya, sertifikasi halal dapat ditempatkan dalam tiga fungsi utama.

Pertama, fungsi kepatuhan syariah. Sertifikasi memberikan mekanisme untuk memastikan produk memenuhi persyaratan kehalalan.

Kedua, fungsi ekonomi. Sertifikasi dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, daya saing produk, akses pasar, dan peluang pengembangan usaha. Yepsi et al. (2025) dan Arifin et al. (2026) menunjukkan keterkaitan sertifikasi dengan daya saing dan inovasi produk.

Ketiga, fungsi pembangunan ekosistem ekonomi syariah. Sertifikasi dapat menjadi bagian dari halal value chain yang menghubungkan pelaku usaha, konsumen, lembaga sertifikasi, lembaga keuangan syariah, pemerintah, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya.

Dengan demikian, sertifikasi halal dapat diposisikan sebagai instrumen penguatan ekonomi syariah apabila pelaksanaannya tidak hanya menekankan kepatuhan formal, tetapi juga mengintegrasikan nilai tauhid, amanah, keadilan, transparansi, tanggung jawab, maslahah, dan keberlanjutan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kepustakaan (*library research*). Data penelitian berupa data sekunder yang bersumber dari artikel jurnal, buku, dokumen kebijakan, dan publikasi resmi yang relevan dengan nilai-nilai Islam, sertifikasi halal, industri halal, maqāṣid al-sharī‘ah, halal value chain, dan ekonomi syariah di Indonesia. Literatur dipilih berdasarkan relevansi, kredibilitas, dan keterbaruan sumber.

Data dianalisis menggunakan analisis isi (*content analysis*) dan analisis tematik (*thematic analysis*) dengan mengidentifikasi, mengelompokkan, membandingkan, dan menginterpretasikan temuan penelitian terdahulu. Fokus analisis diarahkan pada hubungan antara nilai-nilai Islam, sertifikasi halal, penguatan ekosistem industri halal, dan ekonomi syariah. Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan temuan dari berbagai literatur dan dokumen yang kredibel.

Tabel 1. Research GAP Penelitian Terdahulu.

No.	Peneliti	Fokus Penelitian	Temuan Utama	Kesenjangan (Research Gap)
1	Bawafie et al. (2024)	Industri halal dan paradigma tauhid	Paradigma tauhid penting dalam mewujudkan halal value chain di Indonesia.	Belum secara khusus mengkaji integrasi nilai Islam dalam mekanisme sertifikasi halal sebagai instrumen penguatan ekonomi syariah.
2	Husain (2021)	Bank syariah dan industri halal	Sinergi kelembagaan diperlukan untuk mengembangkan industri halal Indonesia.	Belum menempatkan sertifikasi halal sebagai titik integrasi nilai Islam dan penguatan ekosistem ekonomi syariah.
3	Syaifullah (2023)	Industri halal dan ekonomi kreatif	Sinergi industri halal dan ekonomi kreatif dapat mendukung ekosistem ekonomi syariah berkelanjutan.	Belum menganalisis dimensi nilai Islam dalam sertifikasi halal sebagai fondasi ekosistem tersebut.
4	Yepsi et al. (2025)	Sertifikasi halal dan daya saing industri pangan	Sertifikasi halal berperan strategis dalam meningkatkan daya saing industri pangan halal perspektif ekonomi Islam.	Lebih menekankan daya saing, sementara integrasi nilai Islam sebagai substansi sertifikasi belum dikaji secara komprehensif.
5	Sani et al. (2025)	Nilai syariah dan etika pemasaran produk halal	Nilai syariah penting dalam strategi dan etika pemasaran produk bersertifikasi halal.	Fokus pada pemasaran dan etika, belum mengintegrasikan nilai tersebut dengan mekanisme sertifikasi dan penguatan ekonomi syariah.
6	Fitriani & Budiwati (2025)	Nilai Islam dan bisnis berkelanjutan	Nilai Islam dapat diintegrasikan dalam praktik bisnis berkelanjutan dan ramah lingkungan.	Belum menghubungkan nilai Islam, sertifikasi halal, dan pembangunan ekosistem ekonomi syariah secara langsung.

7	Ramadhan et al. (2025)	Industri halal, sertifikasi, UMKM, dan pertumbuhan ekonomi	Sertifikasi dan UMKM berkontribusi terhadap pengembangan industri halal dan pertumbuhan ekonomi.	Belum menjelaskan mekanisme integrasi nilai Islam dalam sertifikasi sebagai jalur penguatan ekonomi syariah.
8	Fitriyaningrum et al. (2025)	Strategi pengembangan industri halal	Pengembangan industri halal membutuhkan strategi yang sesuai dengan perspektif ekonomi Islam.	Belum secara spesifik mengkaji sertifikasi halal berbasis nilai Islam sebagai instrumen strategis.
9	Setyani et al. (2025)	Persepsi masyarakat dan pelaku usaha	Persepsi masyarakat dan pelaku usaha penting dalam strategi pengembangan kawasan halal.	Belum mengkaji secara mendalam dimensi normatif dan nilai Islam dalam sertifikasi halal.
10	Fatmasari & Jaelani (2026)	Maqāṣid al-sharī‘ah dan industri halal	Maqāṣid al-sharī‘ah dapat menjadi kerangka perlindungan konsumen dan kesejahteraan umat.	Belum secara khusus memosisikan sertifikasi halal sebagai instrumen implementasi nilai Islam dan maqāṣid untuk penguatan ekonomi syariah.
11	Arifin et al. (2026)	Sertifikasi halal dan inovasi produk	Sertifikasi halal dapat mendorong inovasi produk dalam perspektif kewirausahaan syariah.	Fokus pada inovasi, belum mengkaji integrasi nilai Islam secara menyeluruh dalam sistem sertifikasi.
12	Fadilah et al. (2026)	Ekosistem industri halal nasional	Penguatan industri halal membutuhkan pendekatan berbasis ekonomi syariah dan sinergi ekosistem.	Belum menjelaskan posisi sertifikasi halal sebagai instrumen integrasi nilai Islam dalam ekosistem tersebut.
13	Fika et al. (2026)	Halal value chain, pertanian, dan UMKM	Ekosistem halal value chain dapat mendukung kemandirian ekonomi masyarakat.	Belum menghubungkan secara eksplisit sertifikasi halal, nilai Islam, dan penguatan ekonomi syariah dalam satu kerangka konseptual.

Sumber: Diolah peneliti berdasarkan penelitian terdahulu.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Integrasi Nilai-Nilai Islam dalam Sertifikasi Halal

Hasil kajian menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak semestinya dipahami hanya sebagai instrumen administratif untuk memberikan kepastian terhadap status kehalalan suatu produk. Sertifikasi halal memiliki dimensi yang lebih luas karena berkaitan dengan internalisasi nilai-nilai Islam dalam keseluruhan proses ekonomi, mulai dari penyediaan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, distribusi, pemasaran, hingga produk diterima oleh konsumen. Dengan demikian, sertifikasi halal dapat diposisikan sebagai salah satu instrumen untuk memastikan bahwa aktivitas ekonomi berjalan sesuai dengan prinsip syariah.

Nilai tauhid menjadi landasan utama dalam integrasi nilai Islam. Tauhid menempatkan aktivitas ekonomi sebagai bagian dari bentuk tanggung jawab manusia kepada Allah Swt. Oleh karena itu, kepatuhan terhadap prinsip halal tidak semata-mata didorong oleh kepentingan pasar atau kewajiban regulasi, tetapi juga oleh kesadaran bahwa aktivitas produksi dan perdagangan merupakan bagian dari amanah yang harus dilaksanakan sesuai ketentuan syariah. (Bawafie et al., 2024) menegaskan pentingnya paradigma tauhid dalam membangun rantai nilai halal di Indonesia. Perspektif tersebut memperlihatkan bahwa industri halal membutuhkan fondasi nilai yang menghubungkan aktivitas ekonomi dengan tanggung jawab keagamaan.

Selain tauhid, nilai amanah memiliki posisi penting dalam penyelenggaraan sertifikasi halal. Pelaku usaha yang telah memperoleh sertifikat halal mempunyai tanggung jawab untuk mempertahankan konsistensi kehalalan produk setelah sertifikat diterbitkan. Amanah tersebut mencakup penggunaan bahan yang sesuai, penerapan proses produksi yang memenuhi ketentuan, pengelolaan fasilitas, serta penyampaian informasi produk secara benar kepada konsumen. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak berhenti pada pemberian label, tetapi harus diikuti dengan perilaku usaha yang konsisten dan bertanggung jawab.

Nilai keadilan ('adl) juga menjadi bagian penting dalam sistem sertifikasi halal. Keadilan tercermin dalam upaya memberikan hak konsumen untuk memperoleh informasi mengenai produk yang dikonsumsi sekaligus memberikan perlindungan kepada pelaku usaha agar memperoleh mekanisme sertifikasi yang transparan dan proporsional. Dalam perspektif ekonomi Islam, hubungan antara produsen dan konsumen tidak semata-mata didasarkan pada transaksi ekonomi, tetapi juga pada prinsip keseimbangan hak dan kewajiban.

Selanjutnya, nilai kejujuran (ṣidq) dan transparansi diperlukan untuk membangun kepercayaan dalam sistem halal. Pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar mengenai bahan, proses, dan karakteristik produk. Informasi yang tidak benar dapat menimbulkan asymmetric information dan merugikan konsumen. Oleh sebab itu, sertifikasi halal dapat berfungsi sebagai mekanisme penguatan kepercayaan ketika didukung oleh transparansi dan integritas pelaku usaha.

Nilai berikutnya adalah maslahah, yaitu orientasi terhadap kemanfaatan dan kesejahteraan. Sertifikasi halal memberikan manfaat bukan hanya bagi konsumen Muslim dalam memperoleh kepastian kehalalan, tetapi juga bagi pelaku usaha melalui peningkatan kepercayaan pasar, reputasi, daya saing, dan peluang perluasan pasar. Fatmasari dan Jaelani (2026) menunjukkan bahwa integrasi maqāṣid al-sharī‘ah dalam industri halal dapat diarahkan pada perlindungan konsumen dan kesejahteraan umat. Hal ini memperkuat argumentasi bahwa

sertifikasi halal perlu dipandang sebagai instrumen yang menghasilkan kemaslahatan ekonomi dan sosial.

Tabel 2. Integrasi Nilai-Nilai Islam dalam Sertifikasi Halal.

No.	Nilai Islam	Implementasi dalam Sertifikasi Halal	Dampak Ekonomi
1	Tauhid	Kepatuhan terhadap prinsip halal sebagai bentuk ketaatan kepada Allah Swt.	Membangun orientasi ekonomi yang sesuai syariah
2	Amanah	Konsistensi menjaga kehalalan produk dan proses setelah sertifikasi	Meningkatkan kepercayaan konsumen
3	'Adl	Perlindungan hak konsumen dan perlakuan yang adil terhadap pelaku usaha	Menciptakan transaksi yang lebih berkeadilan
4	Ṣidq	Penyampaian informasi produk secara benar dan tidak menyesatkan	Mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kepercayaan
5	Transparansi	Keterbukaan mengenai bahan dan proses produksi	Memperkuat kredibilitas produk
6	Maslahah	Menjamin produk halal, aman, berkualitas, dan bermanfaat	Mendorong kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi
7	Mas'uliyyah	Tanggung jawab produsen terhadap konsumen dan masyarakat	Memperkuat keberlanjutan usaha

Sumber: Diolah peneliti.

Sertifikasi Halal sebagai Instrumen Perlindungan Konsumen

Hasil analisis literatur menunjukkan bahwa salah satu fungsi strategis sertifikasi halal adalah memberikan jaminan dan perlindungan kepada konsumen. Konsumen pada dasarnya menghadapi keterbatasan informasi mengenai bahan dan proses produksi suatu barang. Kondisi tersebut menyebabkan konsumen tidak selalu dapat memastikan sendiri apakah produk yang dibeli memenuhi ketentuan halal. Sertifikasi halal kemudian berfungsi sebagai mekanisme informasi yang membantu mengurangi ketidakpastian tersebut.

Dalam perspektif ekonomi Islam, perlindungan konsumen tidak hanya berkaitan dengan aspek hukum positif, tetapi juga dengan pemenuhan hak konsumen untuk memperoleh produk yang halal, baik, aman, dan bermanfaat. Konsep halal juga memiliki keterkaitan dengan ṭayyib, sehingga kualitas produk tidak cukup hanya memenuhi aspek hukum halal, tetapi idealnya juga memperhatikan keamanan, kebersihan, kualitas, dan kemanfaatannya.

Yepsi et al. (2025) menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki posisi strategis dalam meningkatkan daya saing industri pangan halal dari perspektif ekonomi Islam. Sementara itu, Fatmasari dan Jaelani (2026) menempatkan perlindungan konsumen sebagai salah satu orientasi penting dalam penerapan maqāṣid al-sharī‘ah pada industri halal.

Dengan demikian, sertifikasi halal dapat dipahami sebagai bentuk institutional trust mechanism, yaitu mekanisme kelembagaan yang membantu membangun kepercayaan antara produsen dan konsumen. Keberadaan sertifikasi memberikan sinyal bahwa suatu produk telah melalui mekanisme pemeriksaan tertentu. Akan tetapi, efektivitas fungsi tersebut tetap

bergantung pada kredibilitas lembaga, integritas pelaku usaha, pengawasan, serta konsistensi penerapan standar halal.

Sertifikasi Halal sebagai Penguat Kepercayaan dan Daya Saing Produk

Sertifikasi halal juga menunjukkan hubungan yang kuat dengan peningkatan kepercayaan dan daya saing produk. Dalam pasar yang semakin kompetitif, konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga keamanan, kualitas, reputasi, nilai etis, dan kesesuaian produk dengan keyakinan mereka. Label halal dapat menjadi salah satu informasi penting yang digunakan konsumen dalam mengambil keputusan.

Yepsi et al. (2025) menempatkan sertifikasi halal sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing industri pangan halal. Temuan tersebut sejalan dengan Arifin et al. (2026) yang menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat berhubungan dengan pengembangan inovasi produk dalam perspektif kewirausahaan syariah. Artinya, sertifikasi halal tidak harus diperlakukan sebagai beban administratif, tetapi dapat dimanfaatkan sebagai bagian dari strategi pengembangan produk dan pasar.

Dalam konteks global, sertifikasi halal juga mempunyai fungsi sebagai market access instrument. Produk yang memiliki kepastian halal berpotensi lebih mudah diterima oleh pasar Muslim dan segmen konsumen yang mempertimbangkan aspek etika, keamanan, dan kualitas. Oleh karena itu, sertifikasi halal dapat meningkatkan nilai tambah produk sekaligus memperkuat posisi pelaku usaha dalam persaingan industri halal.

Namun demikian, sertifikasi halal tidak secara otomatis menghasilkan daya saing. Sertifikasi harus dikombinasikan dengan kualitas produk, inovasi, harga yang kompetitif, strategi pemasaran, distribusi yang efektif, dan tata kelola usaha yang baik. Sani et al. (2025) memperlihatkan pentingnya integrasi nilai syariah dalam strategi dan etika pemasaran produk bersertifikasi halal. Dengan demikian, sertifikasi merupakan salah satu komponen dari strategi yang lebih luas, bukan satu-satunya faktor penentu keberhasilan bisnis.

Sertifikasi Halal dalam Penguatan Halal Value Chain

Hasil kajian memperlihatkan bahwa integrasi nilai Islam dalam sertifikasi halal memiliki implikasi terhadap pembentukan halal value chain. Kehalalan suatu produk tidak hanya ditentukan pada tahap akhir ketika produk siap dipasarkan, tetapi harus dijaga sepanjang rantai nilai.

Halal value chain mencakup berbagai tahapan, antara lain penyediaan bahan baku, produksi, pengolahan, pengemasan, penyimpanan, transportasi, distribusi, pemasaran, dan konsumsi(Latifah, 2023). Apabila salah satu tahapan tidak memenuhi prinsip halal, integritas produk secara keseluruhan dapat terganggu.

Pentingnya paradigma tauhid dalam mewujudkan rantai nilai halal di Indonesia(Bawafie et al., 2024). Pengembangan ekosistem halal value chain dapat menjadi strategi untuk membangun kemandirian ekonomi masyarakat, khususnya melalui sektor pertanian dan UMKM(Fika et al., 2026).

Dalam kerangka tersebut, sertifikasi halal berfungsi sebagai titik pengikat (*integrating mechanism*) yang mendorong pelaku usaha untuk memperhatikan aspek halal secara lebih menyeluruh. Dengan kata lain, sertifikasi dapat mendorong perubahan orientasi dari sekadar halal product menuju halal business process.

Tabel 3. Posisi Sertifikasi Halal dalam Halal Value Chain.

Tahapan	Integrasi Nilai Islam	Peran Sertifikasi Halal
Bahan baku	Amanah dan kepatuhan syariah	Memastikan sumber dan bahan memenuhi ketentuan
Produksi	Ṭayyib, kebersihan, tanggung jawab	Memastikan proses sesuai standar halal
Pengemasan	Kejujuran dan kebersihan	Memastikan bahan dan proses pengemasan sesuai
Penyimpanan	Amanah dan kehati-hatian	Menjaga produk dari kontaminasi
Transportasi	Tanggung jawab	Menjaga integritas status halal
Distribusi	'Adl dan transparansi	Menjamin produk sampai kepada konsumen secara benar
Pemasaran	Ṣidq dan etika	Mencegah klaim halal yang menyesatkan
Konsumsi	Halal, ṭayyib, dan maslahah	Memberikan kepastian kepada konsumen
Tahapan	Integrasi Nilai Islam	Peran Sertifikasi Halal

Sumber: Diolah peneliti.

Sertifikasi Halal dan Penguatan UMKM

UMKM memiliki posisi strategis dalam pengembangan ekonomi halal Indonesia. Oleh karena itu, penguatan sertifikasi halal pada sektor UMKM dapat memberikan dampak yang lebih luas terhadap pengembangan ekonomi syariah(Latifah & Yusuf, 2024). Sertifikasi dapat meningkatkan legitimasi produk, membuka peluang pasar, memperkuat kepercayaan konsumen, serta meningkatkan kemampuan UMKM untuk masuk ke rantai pasok yang lebih luas.

Kontribusi industri halal dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui sertifikasi dan UMKM(Ramadhan et al., 2025). Pentingnya ekosistem halal value chain dalam membangun kemandirian ekonomi masyarakat melalui sektor pertanian dan UMKM(Fika et al., 2026).

Dalam perspektif ekonomi syariah, pemberdayaan UMKM melalui sertifikasi halal tidak hanya bertujuan meningkatkan keuntungan individual pelaku usaha, tetapi juga menciptakan distribusi manfaat ekonomi yang lebih luas. UMKM yang mampu meningkatkan kualitas dan legitimasi produknya berpotensi memperluas pasar, meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat aktivitas ekonomi masyarakat.

Namun, terdapat tantangan berupa biaya, pemahaman prosedur, keterbatasan sumber daya manusia, dokumentasi proses produksi, serta kemampuan memenuhi persyaratan sistem jaminan halal. Oleh sebab itu, sertifikasi halal perlu disertai dengan pendampingan, edukasi, literasi halal, dan penguatan kelembagaan agar tidak menimbulkan kesenjangan antara pelaku usaha besar dan UMKM.

Sertifikasi Halal sebagai Instrumen Penguatan Ekosistem Ekonomi Syariah

Penguatan ekonomi syariah membutuhkan ekosistem yang saling terhubung. Ekosistem tersebut mencakup sektor produksi, konsumsi, perdagangan, keuangan syariah, industri halal, UMKM, regulasi, lembaga sertifikasi, pendidikan, teknologi, dan kelembagaan sosial Islam.

Pentingnya penguatan ekosistem industri halal nasional berbasis ekonomi syariah(Fadilah et al., 2026). Hal lain juga menunjukkan pentingnya sinergi kelembagaan, khususnya antara perbankan syariah dan industri halal. Hal ini menunjukkan bahwa industri halal tidak dapat berkembang secara parsial(Husain, 2021).

Dalam konteks tersebut, sertifikasi halal dapat menjadi connecting mechanism antara berbagai aktor ekonomi. Produsen membutuhkan sertifikasi untuk memperoleh legitimasi halal; konsumen membutuhkan sertifikasi sebagai sumber informasi; lembaga keuangan dapat mempertimbangkan kualitas dan prospek usaha; pemerintah membutuhkan standar untuk membangun tata kelola; sedangkan pelaku industri membutuhkan kepastian pasar.

Dengan demikian, sertifikasi halal memiliki posisi strategis dalam membangun hubungan antara sektor riil dan sektor keuangan syariah. Produk halal yang memiliki pasar dan daya saing dapat menciptakan kebutuhan pembiayaan, sedangkan pembiayaan syariah dapat mendukung pengembangan kapasitas produksi industri halal. Sinergi tersebut berpotensi memperkuat ekosistem ekonomi syariah secara keseluruhan.

Sertifikasi Halal dalam Perspektif Maqāṣid al-Sharī‘ah

Perspektif maqāṣid al-sharī‘ah memberikan landasan yang lebih substantif untuk memahami sertifikasi halal. Sertifikasi tidak hanya bertujuan menentukan status halal atau haram suatu produk, tetapi juga diarahkan untuk mencapai kemaslahatan dan mencegah kemudaratan.

Dalam kerangka *maqāṣid al-sharī‘ah*, sertifikasi halal dapat dikaitkan dengan perlindungan agama (*ḥifẓ al-dīn*) karena memberikan kepastian kepada umat Islam untuk menjalankan konsumsi sesuai keyakinan. Selanjutnya, aspek perlindungan jiwa (*ḥifẓ al-nafs*) dapat dikaitkan dengan tuntutan terhadap keamanan dan kualitas produk. Perlindungan harta

(*ḥifẓ al-māl*) dapat dikaitkan dengan perlindungan konsumen dari transaksi yang merugikan serta penguatan keberlanjutan usaha.

Integrasi maqāṣid al-sharī‘ah dalam pengembangan industri halal sebagai kerangka perlindungan konsumen dan kesejahteraan umat. Perspektif tersebut memperluas pemahaman terhadap sertifikasi halal dari pendekatan administratif menuju pendekatan yang berorientasi pada kemaslahatan(Haro et al., 2026).

Dengan demikian, sertifikasi halal dapat dikatakan berhasil secara substantif apabila tidak hanya menghasilkan kepatuhan formal, tetapi juga mampu menciptakan produk yang halal, aman, berkualitas, transparan, bertanggung jawab, serta memberikan manfaat bagi masyarakat.

Sertifikasi Halal sebagai Instrumen Penguatan Ekonomi Syariah di Indonesia

Berdasarkan sintesis hasil penelitian terdahulu, dapat dirumuskan bahwa integrasi nilai-nilai Islam dalam sertifikasi halal memiliki kontribusi terhadap penguatan ekonomi syariah melalui beberapa mekanisme.

Pertama, sertifikasi halal memperkuat kepercayaan konsumen. Kepercayaan merupakan modal penting dalam aktivitas ekonomi karena dapat mengurangi ketidakpastian antara produsen dan konsumen.

Kedua, sertifikasi halal meningkatkan legitimasi dan daya saing produk. Produk yang memiliki kepastian halal dapat memperoleh nilai tambah dan memiliki peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Ketiga, sertifikasi mendorong penguatan halal value chain karena pelaku usaha dituntut menjaga integritas kehalalan dalam berbagai tahapan produksi dan distribusi.

Keempat, sertifikasi dapat menjadi instrumen pemberdayaan UMKM apabila disertai dengan pendampingan dan akses pembiayaan.

Kelima, sertifikasi mendukung penguatan ekosistem ekonomi syariah melalui hubungan antara industri halal, UMKM, konsumen, pemerintah, lembaga keuangan syariah, lembaga pendidikan, dan institusi pendukung lainnya.

Keenam, sertifikasi halal dapat berfungsi sebagai instrumen internalisasi nilai-nilai Islam dalam aktivitas ekonomi. Pada titik ini, sertifikasi tidak lagi hanya dipandang sebagai simbol atau label, tetapi sebagai bagian dari mekanisme tata kelola ekonomi yang menghubungkan kepatuhan syariah dengan perlindungan konsumen, etika bisnis, kualitas, dan kemaslahatan.

Tabel 4. Mekanisme Sertifikasi Halal dalam Penguatan Ekonomi Syariah.

No.	Mekanisme	Bentuk Integrasi Nilai Islam	Output
1	Kepastian halal	Tauhid dan kepatuhan syariah	Kepercayaan konsumen
2	Perlindungan konsumen	'Adl dan maslahah	Hak konsumen terlindungi
3	Tata kelola usaha	Amanah dan mas'uliyyah	Integritas bisnis
4	Transparansi produk	Ṣidq dan transparansi	Informasi yang kredibel
5	Halal value chain	Amanah dan kehati-hatian	Integritas rantai pasok
6	Pemberdayaan UMKM	'Adl dan maslahah	Peningkatan kapasitas usaha
7	Daya saing	Ihsan dan profesionalitas	Perluasan pasar
8	Penguatan ekosistem	Ta'āwun dan maslahah	Integrasi industri halal
9	Pengembangan ekonomi syariah	Nilai-nilai syariah secara menyeluruh	Pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif

Sumber: Data Olahan peneliti.

Model Integrasi Nilai Islam, Sertifikasi Halal, dan Penguatan Ekonomi Syariah

Hasil sintesis menunjukkan adanya hubungan konseptual yang dapat dirumuskan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Integrasi Nilai Islam, Sertifikasi Halal dan Penguatan Ekonomi Syariah Berkelanjutan.

Model tersebut menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam merupakan fondasi normatif, sedangkan sertifikasi halal berfungsi sebagai instrumen kelembagaan untuk menerjemahkan nilai tersebut ke dalam praktik ekonomi. Selanjutnya, penerapan sertifikasi menghasilkan kepastian halal dan meningkatkan kepercayaan. Kepercayaan tersebut kemudian dapat memperkuat daya saing produk dan integritas rantai nilai halal.

Pada tingkat yang lebih luas, peningkatan daya saing industri halal dan pemberdayaan UMKM dapat memperkuat ekosistem ekonomi syariah. Dengan demikian, hubungan antara sertifikasi halal dan ekonomi syariah tidak bersifat langsung semata, tetapi berlangsung melalui beberapa mekanisme perantara berupa kepercayaan, perlindungan konsumen, halal value chain, daya saing, dan penguatan pelaku usaha.

Temuan konseptual ini sekaligus memperlihatkan novelty penelitian, yaitu menempatkan sertifikasi halal sebagai instrumen integrasi nilai Islam, bukan hanya sebagai instrumen legalitas atau kepatuhan. Pendekatan tersebut memperluas penelitian sebelumnya yang cenderung membahas sertifikasi halal dari perspektif daya saing, perlindungan konsumen, inovasi, investasi, maupun pengembangan industri halal secara terpisah.

Oleh karena itu, penguatan ekonomi syariah di Indonesia membutuhkan pendekatan yang tidak berhenti pada peningkatan jumlah produk bersertifikat halal. Orientasi yang lebih penting adalah membangun ekosistem ekonomi yang menginternalisasikan nilai tauhid, amanah, keadilan, kejujuran, tanggung jawab, transparansi, dan maslahah dalam seluruh rantai aktivitas ekonomi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sertifikasi halal memiliki fungsi strategis yang melampaui aspek administratif dan legalitas produk. Integrasi nilai-nilai Islam berupa tauhid, amanah, keadilan ('*adl*), kejujuran (*ṣidq*), tanggung jawab (*mas'uliyyah*), dan maslahah menjadikan sertifikasi halal sebagai instrumen untuk menerapkan prinsip syariah dalam aktivitas ekonomi.

Sertifikasi halal berkontribusi terhadap perlindungan konsumen, peningkatan kepercayaan, daya saing produk, penguatan halal value chain, serta pemberdayaan UMKM. Dalam perspektif maqāṣid al-sharī‘ah, sertifikasi halal juga dapat diarahkan untuk mewujudkan kemaslahatan melalui perlindungan agama, jiwa, harta, dan kesejahteraan masyarakat.

Penguatan ekonomi syariah di Indonesia tidak cukup hanya dilakukan melalui peningkatan jumlah produk bersertifikat halal, tetapi perlu diarahkan pada internalisasi nilai-nilai Islam dalam seluruh proses bisnis. Sertifikasi halal dapat menjadi instrumen penghubung antara nilai Islam, tata kelola usaha, halal value chain, dan penguatan ekosistem industri halal.

Saran

Bagi pemerintah, diperlukan penguatan kebijakan dan tata kelola sertifikasi halal yang tidak hanya berorientasi pada kepatuhan administratif, tetapi juga mendorong penerapan nilai amanah, transparansi, keadilan, dan perlindungan konsumen.

Bagi pelaku usaha, sertifikasi halal perlu dipandang sebagai bagian dari strategi bisnis dan tata kelola usaha, dengan menjaga konsistensi kehalalan bahan, proses produksi, distribusi, serta pemasaran.

Bagi UMKM, diperlukan peningkatan literasi halal, pendampingan sertifikasi, penguatan kapasitas produksi, dan akses pembiayaan syariah agar sertifikasi halal dapat memberikan manfaat ekonomi yang nyata.

Bagi lembaga keuangan syariah dan pemangku kepentingan, diperlukan sinergi dengan industri halal untuk memperluas akses pembiayaan dan memperkuat integrasi antara sektor keuangan syariah dan sektor riil.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat dikembangkan melalui pendekatan empiris untuk menguji secara kuantitatif pengaruh integrasi nilai-nilai Islam dan sertifikasi halal terhadap kepercayaan konsumen, kinerja UMKM, daya saing, serta pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia..

DAFTAR REFERENSI

Arifin, F., Annisa, N., & Abdullah, M. W. (2026). Peran sertifikasi halal dalam mendorong inovasi produk pada industri halal: Perspektif kewirausahaan syariah. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *8*(1), 47–67.

Bawafie, A. A. A., Tompson, M. D., & Muin, R. (2024). Industri Halal: Paradigma Tauhid Mewujudkan Rantai Nilai Halal Di Indonesia. *Kinerja*, *7*(01), 205–212.

Fadilah, D., Pelitawati, E., Jaelani, A., & Fatmasari, D. (2026). Penguatan Ekosistem Industri Halal Nasional Berbasis Ekonomi Syariah. *Journal of Islamic Economics and Finance*, *2*(1), 36–49.

Fika, N., Al Fajar, M. R., & Ulhaq, M. Z. (2026). Membangun Kemandirian Ekonomi Masyarakat Melalui Ekosistem Halal Value Chain: Studi Integratif Di Sektor Pertanian dan UMKM. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, *4*(5), 489–499.

Haro, A., Judijanto, L., Jumiono, A., Harto, B., & Marlina, R. (2026). *Green Halal Marketing: Jalan Baru Menuju Ekonomi Halal Berkelanjutan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Husain, S. A. (2021). Optimalisasi Peran Bank Syariah dalam Mengembangkan Industri Halal di Indonesia Melalui Sinergi Kelembagaan. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, *6*(2), 172–186.

Latifah, E. (2023). Ayat Dan Hadist Tentang Ekonomi Kontemporer. *Al Furqan: Jurnal Ilmu Al Quran Dan Tafsir*, *6*(2), 280–297.

Latifah, E., & Yusuf, Y. (2024). Urgensi sertifikasi halal dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, *2*(1), 80–92.

Ramadhan, M. I. R., Yuliana, E., & Safitri, R. A. (2025). KONTRIBUSI INDUSTRI HALAL TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA MELALUI SERTIFIKASI DAN UMKM. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, *3*(12).

Romli, M. (2024). Integrasi prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam pengembangan ekonomi hijau (green economy) DI Indonesia. *Ekomadania: Journal of Islamic Economic and Social*, *8*(1), 1–14.

Sani, A. F., Anggraeni, A. F., Khofiya, A. A., & Laelia, N. (2025). Integrasi Nilai-Nilai Syariah dalam Strategi dan Etika Pemasaran pada Produk Bersertifikasi Halal. *TADHKIRAH: Jurnal Terapan Hukum Islam Dan Kajian Filsafat Syariah*, *2*(2), 258–268.

Sasongko, D. F., Budianto, E. W. H., Arkaan, D. U., & Herawati, A. (2024). Internalisasi nilai moderasi beragama dalam sistem ekonomi syariah pada UMKM halal melalui produk pembiayaan syariah. *Martabe: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *7*(4), 1303–1320.

Sunarta, D. A., Syafriawati, N., & Lutfi, M. (2025). Paradigma dan Karakteristik Sistem Ekonomi Islam: Kajian Teoretis dan Filosofis: Paradigms and Characteristics of the Islamic Economic System: A Theoretical and Philosophical Study. *HISAB: Jurnal Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah*, *1*(1), 44–75.

Syaifullah, L. (2023). Sinergi industri halal dan ekonomi kreatif dalam mewujudkan ekosistem ekonomi syariah yang berkelanjutan. *Journal Creative Economics and Trading Halal Ecosystem*, *1*(2), 34–44.

Yepsi, N., Ridwan, A. H., & Farikhin, A. (2025). Sertifikasi halal sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing industri pangan halal perspektif ekonomi Islam. *ISLAMICA*, *9*(2), 143–160.