

SERTIFIKASI HALAL DAN IMPLIKASINYA UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN

Hani Tahliani¹, Rizal Renaldi²

Sekolah Tinggi Agama Islam Binamadani^{1,2}

hanitahliani@stai-binamadani.ac.id¹, rizalrenaldi@stai-binamadani.ac.id²

ABSTRACK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implikasi sertifikasi halal dan Implikasinya untuk meningkatkan daya saing perusahaan di Indonesia. Isu halal telah menjadi tren global yang ditandai dengan hadirnya lembaga-lembaga sertifikasi halal diberbagai belahan dunia. Penelitian ini melalui studi diskriptif yaitu dengan meneliti berbagai informasi mengenai sertifikasi halal dan implikasinya untuk meningkatkan daya saing perusahaan dengan melalui peninjauan pustaka yang relevan dan pengamatan praktik pelaksanaan sistem jaminan halal di Indonesia. Data diperoleh melalui jurnal, buku, majalah, media elektronik, seperti website resmi LPPOM MUI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi produk halal memiliki implikasi positif untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Bagi konsumen sertifikasi halal memberikan perlindungan, jaminan, informasi kehalalan produk dan menjadi instrumen etika bisnis. Bagi para pelaku usaha, sertifikasi halal memberikan keuntungan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga omset penjualan otomatis akan semakin meningkat dengan kepercayaan konsumen yang baik, meningkatkan jangkauan pasar produk di masyarakat serta Produk Memiliki *Unique Selling Point* (USP) yang membuat produk menjadi lebih bernilai di mata konsumen dan tentunya meraih pasar pangan halal global.

Kata Kunci: *Sertifikasi Halal, Produk, Bisnis Halal, Perusahaan*

Abstract: This study aims to determine the implications of halal certification and its implications for increasing the competitiveness of companies in Indonesia. The halal issue has become a global trend marked by the presence of halal certification bodies in various parts of the world. This research is through a descriptive study, namely by examining various information about halal certification and its implications for improving company competitiveness by reviewing relevant libraries and observing the practice of implementing a halal assurance system in Indonesia. Data is obtained through journals, books, magazines, electronic media, such as the official website of LPPOM MUI. The results showed that halal product certification has positive implications for increasing the company's competitiveness. For consumers, halal certification provides protection, guarantees, product halal information and becomes an instrument of business ethics. For business actors, halal certification provides benefits to increase consumer confidence so that automatic sales turnover will increase with good consumer confidence, increase product market reach in the community and Products Have a Unique Selling Point (USP) which makes products more valuable in the eyes of consumers and of course reaches the global halal food market

Keywords: *Halal Certification, Product, Halal Business, Company*

PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan lembaga bisnis dalam bentuk organisasi yang dioperasikan dengan tujuan untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan motif untuk memperoleh keuntungan. Selain untuk mendapatkan keuntungan tentu yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan yaitu setiap produksi dikerjakan dengan cara yang diperbolehkan menurut syariat Islam dengan tidak menggunakan bahan yang diharamkan, tidak membahayakan orang lain dan setiap Perusahaan atau produsen harus memenuhi kebutuhan dan hak konsumen Muslim. Memproduksi

produksi halal adalah bagian dari tanggungjawab perusahaan kepada konsumen muslim dan di sisi lain perusahaan harus terbuka masalah kehalalan produk khususnya perusahaan dalam bidang makanan, obat-obatan maupun barang-barang konsumsi lainnya, perlu kesadaran dari perusahaan tersebut untuk memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk yang dikonsumsi adalah halal, mengonsumsi makanan yang halal adalah hak dasar setiap muslim.

Hal di atas bukan saja terkait dengan keyakinan beragama, namun ada dimensi kesehatan, ekonomi dan keamanan, sejalan dengan hal tersebut, dalam rangka menjaga dan meningkatkan mutu, perusahaan juga harus memiliki rasa tanggungjawab terhadap produk-produk yang disebar-luaskan. Baik itu berkaitan dengan kesehatan maupun kehalalan produk. Karena masyarakat juga berhak mengetahui dan mendapatkan informasi yang jelas mengenai setiap komposisi produk yang disajikan sebelum membeli dan mengonsumsi. Informasi tersebut terkait dengan asal bahan, keamanan, mutu, kandungan gizi, dan keterangan lain yang diperlukan sehingga masyarakat dapat mengambil keputusan berdasarkan informasi yang benar dan akurat.¹

Akses informasi adalah bagian terpenting dalam memenuhi prinsip keterbukaan informasi bagi konsumen yang di dalamnya mengandung makna adanya kepastian hukum sebagaimana tujuan yang digariskan dalam penyelenggaraan perlindungan terhadap konsumen. Maka dari itu, perusahaan perlu mendapatkan legalitas berupa sertifikat halal² yang dapat menjamin kehalalan produk yang dikeluarkan oleh lembaga yang terpercaya di bidangnya.

Halal di dalam Kamus Ensiklopedi Islam (ḥalla, yahillu, ḥillan) membebaskan, melepaskan, memecahkan, membubarkan, dan membolehkan. Secara terminologi ialah segala sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum jika menggunakannya.³ Hal ini yang kemudian menjadi dasar bahwa Negara juga perlu memberi perlindungan serta jaminan terhadap kehalalan produk yang dikonsumsi maupun digunakan masyarakat.

Negara wajib memberi jaminan kemerdekaan pada setiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan melakukan ibadah sesuai agama dan kepercayaannya. Negara dalam hal ini pemerintah sebagaimana yang diamanatkan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 29 ayat (1) dan (2) memberikan jaminan konstitusional bagi warga negaranya untuk menjalankan ajaran agamanya dan mengonsumsi produk yang halal adalah kewajiban ajaran agama Islam bagi pemeluknya. Maka sudah menjadi kewajiban konstitusional pula, pemerintah dalam hal ini mengambil kebijakan hukum untuk membangun suatu sistem jaminan halal, khususnya bagi umat Islam Indonesia yang merupakan warga negara mayoritas.⁴ Indonesia telah memiliki lembaga yang menangani masalah agama Islam, termasuk juga masalah produk halal, yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI).

¹ Warto dan Samsuri, "Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia" *Jurnal Islamic Economics and Banking*, Volume 2 Nomor 1, 2020, h. 99

² Sertifikat Halal adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk yang merupakan keputusan sidang Komisi Fatwa MUI berdasarkan proses audit yang dilakukan oleh LPPOM MUI.

³ Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jakarta; PT Ichtiar Baru Van Hoeve, 2006, h. 505-506.

⁴ Murjani, "Sistem Jaminan Produk Halal Dan Thayib Di Indonesia: Tinjauan Yuridis dan Politis" *Jurnal Fenomena*, Volume 7 Nomor 2, 2015, h. 202

MUI mempunyai Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI)⁵ mewajibkan perusahaan untuk menyusun suatu sistem yang disebut Sistem Jaminan Halal (SJH).⁶ Di Indonesia Sertifikasi halal melibatkan 3 pihak, yaitu: **Pertama** Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH); **Kedua** LPPOM MUI sebagai lembaga pemeriksa halal (LPH), dan **Ketiga** MUI. BPJPH melaksanakan penyelenggaraan jaminan produk halal. LPPOM MUI melakukan pemeriksaan kecukupan dokumen, penjadwalan audit, pelaksanaan audit, pelaksanaan rapat auditor, penerbitan audit memorandum, penyampaian berita acara hasil audit pada rapat Komisi Fatwa MUI. MUI melalui Komisi Fatwa menetapkan kehalalan produk berdasarkan hasil audit dan menerbitkan Ketetapan Halal MUI. Sertifikasi halal menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal 4 menyebutkan bahwa "Produk yang masuk, beredar, diperdagangkan di Wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal".

Dalam sistem perdagangan internasional masalah sertifikasi dan penandaan kehalalan produk mendapat perhatian baik dalam rangka memberikan perlindungan terhadap konsumen umat Islam di seluruh dunia sekaligus sebagai strategi menghadapi tantangan globalisasi dengan berlakunya sistem pasar bebas dalam kerangka ASEAN - AFTA, NAFTA, Masyarakat Ekonomi Eropa, dan Organisasi Perdagangan Internasional (World Trade Organization). Sistem perdagangan internasional sudah lama mengenal ketentuan halal dalam CODEX yang didukung oleh organisasi internasional berpengaruh antara lain WHO, FAO, dan WTO. Negara-negara produsen akan mengeksport produknya ke negara-negara berpenduduk Islam termasuk Indonesia. Dalam perdagangan internasional tersebut "label/tanda halal" pada produk mereka telah menjadi salah satu instrumen penting untuk mendapatkan akses pasar untuk memperkuat daya saing produk domestiknya di pasar internasional.⁷

Pada masa sekarang ini, halal menjadi sebuah kampanye global dalam bentuk halal *lifestyle* atau gaya hidup halal, belakangan ini memang tengah melanda dunia, tidak hanya menggejala pada negara-negara yang mayoritas berpenduduk muslim tetapi juga di negara berpenduduk mayoritas non muslim. Kesadaran pemenuhan produk halal meningkat di kancah global beriringan dengan menggeliatnya wisata halal global yang tidak melulu terbatas pada sektor destinasi wisata yang berkait situs keislaman (religi) tetapi menyangkut pemenuhan kebutuhan-kebutuhan wisata itu sendiri. Perusahaan berskala global (*multinational corporation*) saat ini telah menerapkan sistem halal, sebut saja seperti Japan Airlines, Singapore AirLines, Qantas, Chatay Pacific (Hong Kong), America Airlines menyediakan menu halal (moslem meal).

⁵ Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), merupakan sebuah lembaga yang dibentuk oleh MUI dengan tugas menjalankan fungsi MUI untuk melindungi konsumen muslim dalam mengkonsumsi makanan, minuman, obat-obatan maupun kosmetika.

⁶ Sistem Jaminan Halal (SJH) adalah sistem manajemen terintegrasi yang disusun, diterapkan dan dipelihara untuk mengatur bahan, proses produksi, produk, sumber daya manusia dan prosedur dalam rangka menjaga kesinambungan proses produksi halal sesuai dengan persyaratan LPPOM MUI.

⁷ Tulus Abadi, *Tim Pengkajian Hukum Tentang Peran Serta Masyarakat Dalam Pemberian Informasi Produk Halal*, Jakarta: Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2011) dalam: <https://www.bphn.go.id/data/documents/pkj-2011-8>, diakses pada 1 Agustus 2022.

Industri halal telah menarik perhatian berbagai kalangan, bahkan sampai tingkat global, baik dari sisi pemerintah maupun para pelaku usaha. Dalam agama Islam, setiap Muslim diwajibkan untuk saling memperhatikan kemaslahatan bersama, salah satunya adalah dengan cara mengkonsumsi produk-produk yang telah terjamin halal. Bagi warga negara Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Muslim tentunya akan mencari produk-produk yang sudah dipastikan kehalalannya, menuntut dan memiliki kewaspadaan atas kehalalan produk yang akan dikonsumsi atau digunakan.

Ketentuan mengenai informasi halal tidaknya suatu produk merupakan hal yang penting, karena menyangkut pelaksanaan hukum syariat agama, dimilikinya sertifikat halal oleh perusahaan menjadi sebuah pemenuhan hak konsumen. Pengaturan penggunaan produk halal di Indonesia memiliki 2 (dua) hal yang saling terkait, yaitu sertifikasi dan labelisasi. Sertifikasi halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat Islam melalui pemeriksaan yang terperinci oleh LPPOM MUI.

Sertifikasi halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang (Badan POM). Adapun labelisasi halal adalah perizinan pemasangan kata "Halal" pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh Badan POM. Izin pencantuman label halal pada kemasan produk makanan yang dikeluarkan oleh badan POM didasarkan rekomendasi MUI dalam bentuk sertifikat halal MUI. Sertifikat halal MUI dikeluarkan oleh MUI berdasarkan hasil pemeriksaan LPPOM MUI.

METODE PENELITIAN

Metode penulisan penelitian ini melalui studi diskriptif yaitu dengan meneliti berbagai informasi mengenai Sertifikasi Halal dan Implikasinya Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan dari berbagai sumber sekunder (penelitian terdahulu) sehingga menghasilkan studi kritis mengenai persoalan pengelolaan wakaf. Metode deskriptif ini dilakukan melalui proses penyaringan informasi dari kondisi sewajarnya dalam kegiatan suatu obyek, dihubungkan dengan langkah pemikiran rasional baik dari sudut pandang teoritis maupun praktis.

Setiap data atau informasi yang diperoleh selanjutnya dianalisis secara kualitatif untuk mengetahui keterkaitannya dengan per-masalahan pokok sehingga pada akhirnya bisa ditarik suatu kesimpulan secara obyektif. Pengumpulan data dilakukan dengan mempelajari beberapa literatur yang terkait dengan Sertifikasi Halal, Implikasi Sertifikasi Halal bagi Perusahaan. Dalam mempelajari literatur, peneliti juga mempelajari tulisan artikel baik perorangan maupun kelembagaan terutama melalui situs-situs resmi milik institusi terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pentingnya Sertifikasi Halal

Kata sertifikat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan tanda atau surat keterangan (pernyataan tertulis) atau tercetak dari orang yang berwenang yang dapat digunakan sebagai bukti kepemilikan atau suatu kejadian. Sementara sertifikasi merupakan penyertifikatan, atau dapat dikatakan sebagai proses pemeberian

sertifikasi atau bukti formal sebagai pengakuan yang diberikan lembaga kepada suatu produk.⁸

Dimilikinya sertifikat halal oleh perusahaan menjadi sebuah pemenuhan hak konsumen dengan memperhatikan halal dan haram menjadi krusial bagi setiap muslim dalam berbagai aspek kehidupan, sebab hal ini merupakan perintah Allah kepada hambanya untuk mengkonsumsi sesuatu dengan yang halal. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Hukum perlindungan konsumen memiliki definisi yaitu keseluruhan asas-asas atau kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen, di dalam pergaulan hidup.⁹

Az Nasution merumuskan bahwa hukum konsumen yaitu rangkaian peraturan perundang-undangan yang memuat asas dan kaidah yang berkaitan berhubungan dan masalah-masalah konsumen.¹⁰ Sementara itu perlindungan konsumen menurut Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan memberi definisi perlindungan konsumen sebagai "Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan hukum kepada konsumen".¹¹

Secara eksplisit, menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen berhak mendapatkan jaminan perlindungan hukum dari adanya undang-undang. Pasal 4 UU Konsumen menetapkan hak-hak konsumen yaitu sebagai berikut:

- a. Hak atas keamanan, kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur dan mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat atau keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur secara tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/ atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundangundangan lainnya.

Sedangkan dalam Pasal 5 UU Konsumen diatur mengenai kewajiban konsumen yaitu:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;

⁸ Lihat: <https://kbbi.web.id/sertifikat>, diakses tanggal 29/07/2022

⁹ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (1)

¹⁰ Abdurrahman Konoras, *Jaminan Produk Halal di Indonesia, Prespektif Hukum Perlindungan Konsumen*, (Depok: PT Raja Grafindo Pustaka, 2017), h. 15

¹¹ Lihat Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka (2)

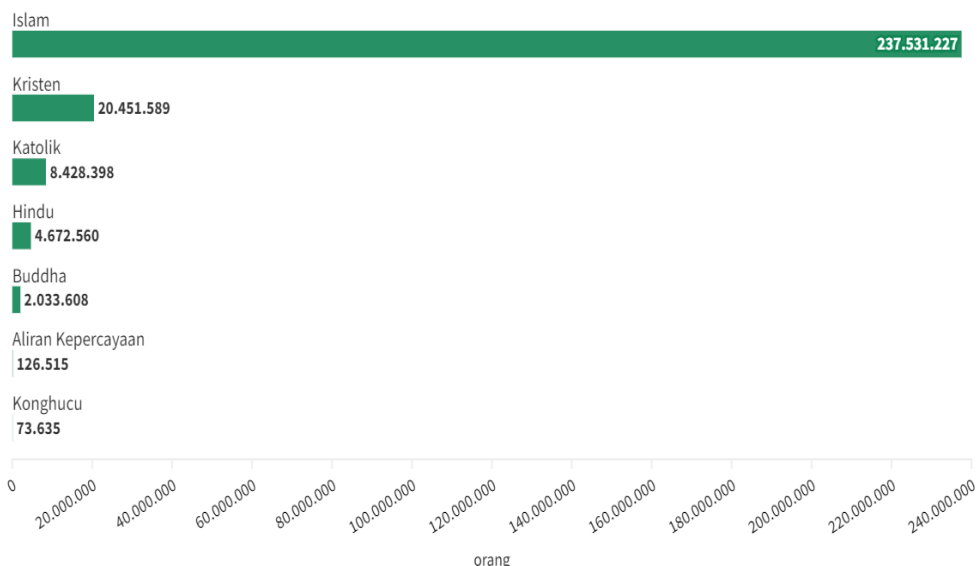
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/ atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; dan
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Berdasarkan kedua pasal di atas jelas sudah bahwa konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, dan berkewajiban membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Penyampaian informasi yang berkaitan dengan produk makanan, obat-obatan maupun barang-barang konsumsi lainnya, perusahaan harus dapat memberikan kepastian kepada konsumen, maka perlu ditekankan bahwa penyampaian dengan produk makanan, makanan, obat-obatan maupun barang-barang konsumsi lainnya harus memberikan jaminan bahwa produk tersebut adalah halal.

Berdasarkan hak-hak konsumen tersebut, maka penyampaian informasi yang berkaitan dengan produk harus dapat memberikan kepastian kepada konsumen. Hal ini dilakukan untuk melindungi hak-hak konsumen. Maka perlu ditekankan bahwa penyampaian informasi yang berkaitan dengan produk makanan, obat-obatan maupun barang-barang konsumsi lainnya, harus memberikan jaminan bahwa produk tersebut adalah halal. Hal ini penting, mengingat Indonesia yang mayoritas warganya beragama Islam pasti mencari produk-produk yang sudah dipastikan kehalalannya. Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 237,53 juta jiwa per 31 Desember 2021. Jumlah itu setara dengan 86,9% dari populasi tanah air yang mencapai 273,32 juta orang.

Gambar 1

Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama



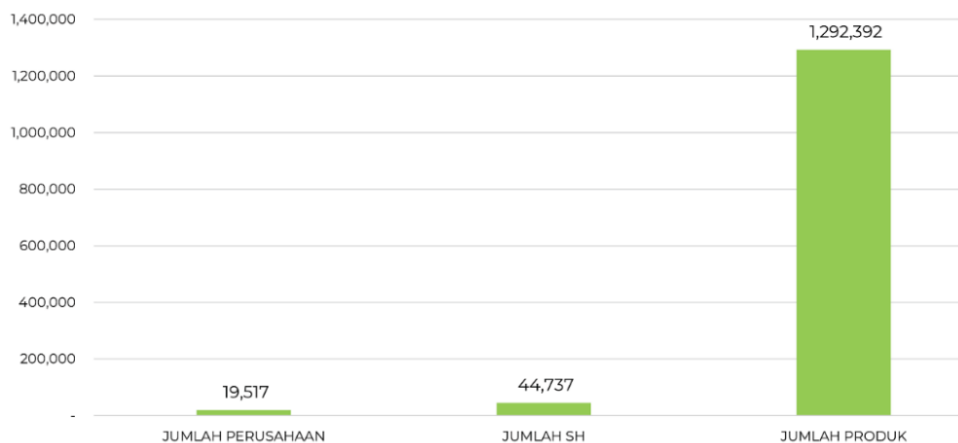
Sumber: Kementerian Dalam Negeri

Jumlah konsumsi muslim di Indonesia cukup besar dan halal menjadi isu yang sangat sensitif di Indonesia, namun masih banyak produk-produk yang beredar

dimasyarakat belum memiliki sertifikat halal dan jumlah yang sudah tersertifikat cenderung rendah. Sebagaimana terdapat dalam tabel di bawah ini:

Gambar 2

Statistik Produk Tersertifikasi Halal MUI
Periode 2015-2021



Sumber: www.halalmui.org

Dikutip dari laman LPPOM MUI, Wakil Direktur Muti Arintawati mengatakan "Kesadaran masih rendah karena umumnya jika pelaku usaha muslim maka sudah yakin produknya halal. Kesadaran biasanya muncul kalau ada tuntutan dari konsumen misalnya ketika akan memasok toko besar yang mempersyaratkan sertifikat halal, atau ada kesempatan ekspor yang mempersyaratkan sertifikat halal". pelabelan sertifikat halal pada produk makanan, makanan, obat-obatan maupun barang-barang konsumsi lainnya saat ini mulai merambah pada produk kebutuhan rumah tangga sehari-hari seperti pakaian, detergen, cat tembok sampai pada peralatan elektronik hal ini semakin didukung dengan gaya hidup yang modern dan Islami "*life style* halal" bukan lagi hanya sebagai pelengkap namun sudah menjadi kebutuhan Muslim dewasa ini. Hal ini menjadi peluang sekaligus tantangan bagi pemerintah dan pihak terkait untuk menyediakan infrastruktur penunjang untuk menjamin setiap produk yang beredar halal dan tersertifikasi oleh lembaga resmi yang kredibel.

Implementasi Sertifikasi Halal Pada Perusahaan

Kewenangan penyelenggaraan sertifikasi halal sebelum Undang Undang Nomor 33 tahun 2014 ditetapkan berada dibawah MUI yang dalam hal ini dijalankan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, Kosmetika dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Makanan (LPPOM) yang merupakan sebuah lembaga sertifikasi yang dibentuk Majelis Ulama Indonesia (MUI). pada 6 Januari tahun 1969,114 LPPOM dalam mejalankan tugasnya berdasarkan Nota Kesepakatan kerjasama antara Departemen Agama, Departemen Kesehatan, dan MUI yang kemudian diterbitkan Keputusan Menteri Agama (KMA) 518

dan KMA 519 tahun 2001 yang menguatkan MUI sebagai Lembaga sertifikasi halal serta melakukan pemeriksaan/audit, penetapan fatwa, dan menerbitkan sertifikat halal.

Pada Tahun 1994 Sertifikasi halal Majelis Ulama Indonesia (SH MUI) pertama kali diterbitkan di Indonesia dan di dunia oleh LPPOM MUI pada 7 April tahun 1994 di masa kepemimpinan Prof. Dr. Aisjah Girindra sebagai direktur LPPOM MUI periode 1993-2005 beliau merupakan tokoh peletak dasar sistem sertifikasi halal. Sertifikasi halal diterbitkan kepada produk Walls Unilever Factory, McDonald, Indofood, Siantar Top Industri, Asia Inti Selera, Indomilk.

Perusahaan yang telah melalui proses sertifikasi halal oleh LPPOM MUI maka berhak mencantumkan label halal MUI, regulasi terkait pencantuman logo halal pada kemasan produk telah tertulis dalam Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Pasal 38 menyebutkan bahwa pelaku usaha yang telah memperoleh sertifikat halal wajib mencantumkan label Halal pada kemasan produk, bagian tertentu produk dan/atau tempat tertentu produk. Sejak Diterbitkannya Undang-Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, sertifikasi halal menjadi hal yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha yang memiliki produk yang dipasarkan di Indonesia. Produk yang wajib untuk disertifikasi halal, yaitu:

- a) Makanan
- b) Minuman
- c) Obat
- d) Kosmetik
- e) Produk Kimiawi, Flavor, Fragrance.
- f) Produk Biologi, termasuk vaksin.
- g) Barang Gunaan.
- h) Restoran, Catering dan Dapur.
- i) Jasa
- j) Rumah Potong Hewan.

Pada tanggal 1 Maret 2022, Kementerian Agama merilis label halal terbaru yang harus tercantum pada semua kemasan, perubahan tersebut berdasarkan Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Nomor 40 tahun 2022 tentang Penetapan Label Halal. Label terbaru tersebut berbentuk logogram berupa gunung wayang bermotif surjan warna ungu. Bagian bawah label tersebut terdapat tulisan "Halal Indonesia". bersih dari ujub, riya dan sebagainya. (sebelah kanan logo halal baru dan sebelah kiri logo halal lama).

Gambar 3

Logo Halal



Kemenag memberikan kelonggaran bagi produsen untuk menghabiskan stok kemasan dengan logo halal lama terlebih dahulu. Baru setelah itu, label halal pada kemasan mesti menyesuaikan yang terbaru. Setelah itu, pelaku usaha harus segera menyesuaikan pencantuman label halal pada produknya sesuai dengan ketentuan dalam Keputusan Kepala BPJPH Nomor 40 Tahun 2022. Kebijakan ini jelas sangat membantu produsen atau pengusaha dalam memasuki masa transisi label halal lama ke label halal baru, yang jelas, ke depannya penggunaan label halal MUI lama sudah tidak terpakai dan tidak berlaku.

Sekretaris BPJPH Muhammad Arfi Hatim menjelaskan bahwa label Halal Indonesia berlaku secara nasional. Label ini sekaligus menjadi tanda suatu produk telah terjamin kehalalannya dan memiliki sertifikat halal yang diterbitkan BPJPH. Karena itu, pencantuman label Halal Indonesia wajib dilakukan pada kemasan produk, bagian tertentu dari produk, dan/atau tempat tertentu pada produk. Sebagai penanda kehalalan suatu produk, maka pencantuman label halal harus mudah dilihat dan dibaca oleh masyarakat atau konsumen. Pencantuman label halal juga dipastikan tidak mudah dihapus, dilepas, dan dirusak, dan dilaksanakan sesuai ketentuan.¹²

Masa berlaku sertifikat halal berdasarkan peraturan mengenai sertifikasi halal yang berlaku saat ini mengalami perubahan, yang tadinya berlaku selama 2 (dua) tahun setelah ditetapkan berubah menjadi 4 (empat) tahun. Masa berlaku sertifikat halal tertera dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) Pasal 42, yaitu "sertifikat halal berlaku selama empat tahun sejak diterbitkan oleh BPJPH, kecuali terdapat perubahan komposisi bahan". Hal ini juga tercantum dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja serta Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 tentang Penyelenggara JPH. Adanya label halal memberikan ketenangan bagi konsumen karena produk sudah terjamin kehalalannya. Adanya label halal terbukti mendorong minat konsumen terhadap berbagai jenis produk terutama produk makanan dan minuman.

Dalam hukum Islam, masalah sertifikasi dan labelisasi halal merupakan topik baru yang belum pernah dijelaskan secara gamblang dalam nash maupun kitab-kitab fikih klasik. Penyebutan dan pembahasan makanan ditempatkan dalam bab khusus, bab al-at'imah (makanan). Di sisi lain, makanan olahan yang muncul dan berkembang saat ini tidak detail. Di sisi lain berbagai tantangan yang muncul dari keberadaan ilmu pengetahuan, teknologi, dan industri di era modern ini, mempengaruhi semua lapisan struktur sosial membawa perubahan dan transformasi sosial budaya dalam berbagai bentuk dan variasi. Dalam menyikapi persoalan ini, syariat Islam juga harus memberikan interpretasi dan kepastian hukum atas berbagai persoalan di bidang pangan.

Sehubungan dengan masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, maka adanya label halal sangat penting dan memiliki manfaat yang salah satunya menjauhkan kita dari makanan haram yang sudah jelas dilarang oleh Allah Swt. Sedangkan Manfaat sertifikasi halal bagi perusahaan, di antaranya:

¹² Lihat: Berita - BPJPH (halal.go.id), dalam <http://www.halal.go.id/berita>, diakses 3 Agustus 2022

Meningkatkan Kepercayaan dari Konsumen

Manfaat pertama dari sertifikasi halal untuk produk bagi produsen adalah meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Sudah menjadi kebiasaan sebagian besar konsumen akan memilih produk halal. Dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk anda, dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen untuk membeli produk anda. Karena dengan adanya label halal, maka konsumen tidak perlu khawatir dengan kandungan pada produk.

1. Omset meningkat. Berbarengan dengan meningkatnya kepercayaan konsumen pada produk. Maka omset penjualan otomatis akan semakin meningkat. Hal ini sangat berguna bagi kelangsungan produksi produk. Selain itu dengan meningkatnya kepercayaan konsumen, dapat memperluas jangkauan produk anda.
2. Dapat memperluas pangsa pasar ke negara muslim. Kepercayaan konsumen yang cukup baik, telah meningkatkan jangkauan pasar produk anda di masyarakat. Produk anda akan semakin dikenal dan menjadi pilihan oleh masyarakat luas. Dengan hal ini, produk anda memiliki peluang untuk melebarkan sayapnya dengan melakukan ekspor ke beberapa negara. Dengan sudah memiliki sertifikasi halal, produk anda akan dengan mudah diterima oleh negara-negara yang mayoritas penduduknya beragama muslim. Meningkatkan pasar produk ke luar negeri akan memberikan dampak tinggi pada omzet penjualan produk anda.

Maka dari itu penting bagi suatu produk untuk mendapatkan label sertifikasi halal. Namun mendapatkan sertifikasi halal tidak semudah apa yang kita bayangkan. Untuk mendapatkan sertifikasi halal diperlukan pengajuan kepada lembaga terkait. Dalam mengajukan produk nya, produsen harus mengikuti prosedur-prosedur pengajuan dan memenuhi syarat-syaratnya. Terkadang prosesnya yang sedikit rumit, membuat kebanyakan produsen yang acuh pada sertifikasi halal.

3. Produk memiliki *Unique Selling Point* (USP). Memiliki USP dibandingkan dengan produk kompetitor, adalah keuntungan kompetitif sehingga membuat produk menjadi lebih bernilai di mata konsumen. Produk yang sudah memiliki logo halal pada kemasannya memiliki *Unique Selling Point* sebagai strategi penjualan yang unik dan memiliki citra positif di mata para konsumen.
4. Mendapat akses pasar global. Produk berstandar halal sudah seharusnya menjadi bagian integral yang tak terpisahkan dari praktik perdagangan dan ekonomi global yang menuntut adanya standar-standar dan kualitas baku internasional untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen lintas negara. Dengan demikian, aliran barang, jasa, modal, ilmu pengetahuan antar negara menjadi makin mudah. Perdagangan internasional berpengaruh sangat besar terhadap perekonomian antar negara tersebut yang dapat menciptakan iklim kondusif yang saling menguntungkan dari perdagangan timbal balik, bahkan lebih efisien dalam memproduksi dan memasarkan barang.

Banyak pakar yang menyimpulkan bahwa manfaat perdagangan lintas negara melampaui manfaat persaingan militer dan perluasan wilayah. Produk yang memiliki sertifikasi halal akan memiliki kesempatan untuk memasarkan produknya di negara muslim lainnya selain Indonesia, dengan mendapatkan sertifikat Halal, tentunya akan mendapatkan akses pasar global yang luas.

Pada akhirnya, sertifikasi Halal adalah salah satu bentuk ibadah yang dapat dilakukan oleh pengusaha, khususnya bagi mereka yang beragama Islam. Kewajiban untuk mengikuti standar halal adalah kewajiban setiap muslim. Dengan melakukan sertifikasi halal, maka Perusahaan telah beribadah dan mentaati perintah Allah dan Rasulnya dan membantu orang lain untuk turut mentaati perintah Allah dan Rasulnya untuk mengikuti aturan.

KESIMPULAN

Setiap Perusahaan atau produsen harus memenuhi kebutuhan dan hak konsumen Muslim, memproduksi produksi halal adalah bagian dari tanggungjawab perusahaan kepada konsumen muslim. Maka dari itu, Perusahaan perlu mendapatkan legalitas berupa Sertifikat Halal. Pada praktiknya, sertifikasi halal ini menjadi penting karena banyak orang yang beranggapan jika barang yang halal memiliki lebih banyak manfaat. Implikasi bagi Perusahaan dan Para Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK), sertifikasi halal memberikan keuntungan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga omset penjualan otomatis akan semakin meningkat dengan kepercayaan konsumen yang baik, meningkatkan jangkauan pasar produk di masyarakat serta Produk *Memiliki Unique Selling Point* (USP) yang membuat produk menjadi lebih bernilai dimata konsumen dan tentunya meraih pasar pangan halal global. Pada level ini, dukungan Pemerintah sangat penting sebagai regulator untuk membantu dan memfasilitasi penyelenggaraan sertifikasi halal bagi pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK).

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Tulus. 2011. *Tim Pengkajian Hukum Tentang Peran Serta Masyarakat Dalam Pemberian Informasi Produk Halal*, Jakarta: Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI Badan Pembinaan Hukum Nasional, dalam: <https://www.bphn.go.id/data/documents /pkj-2011-8>, diakses pada 1 Agustus 2022.
- Dahlan, Abdul Aziz. 2006. *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jakarta; PT Ichtiar Baru Van Hoeve.
- Konoras, Abdurrahman. 2017. *Jaminan Produk Halal di Indonesia, Prespektif Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: PT Raja Grafindo Pustaka.
- Masthu. 1995. *Makanan Indonesia dalam Pandangan Islam*, Kantor Menteri Negara Urusan Pangan Republik Indonesia.
- Mudhafier, Fadhlana dan Nur Wahid. 2004. *Menguak Keharaman Makanan*, Jakarta: Zakia Press.
- Murjani. (2015). "Sistem Jaminan Produk Halal Dan Thayib di Indonesia: Tinjauan Yuridis dan Politis" *Jurnal Fenomena* 7 (2), 202.
- Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Warto dan Samsuri. (2020). "Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia" *Jurnal Islamic Economics and Banking* 2 (1), 99.

Site:

www.halalmui.org, diakses pada 15 Desember 2022.

kbbi.web.id/sertifikat, diakses tanggal 5 Desember 2022.

<http://www.halal.go.id/berita>, diakses 3 Agustus 2022.