



Kajian Literatur: Dampak Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia

Annisa Larasati¹, Afina Fadhilah Hayya², Hamas Az-Zakkiy³, Bintang Putra Seme⁴, Raja Haekal Jarot⁵, Djoko Hananto⁶

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta

Email: 1annisalaras706@email.com, 2afinafadhilah.h@email.com,

3hammaszakkiy1@gmail.com, 4bintangseme@gmail.com, 5rajahaekaal@gmail.com,

6joko1967@yahoo.co.id

Abstract

This article explains how halal certification can have a positive impact on the competitiveness of MSMEs in Indonesia. The increasing trend and number of requests for halal products is an encouragement for the government and all related elements to continue to provide outreach and assistance to MSMEs to obtain halal certification through LPPOM-MUI and BPJPH. The results and discussion of this article contain explanations from several previously existing related literature regarding halal certification as well as the classification and competitiveness of MSMEs in Indonesia. The conclusion of this article is that socializing and assisting the halal certification process is important, because halal certificates and labels can support consumer confidence in a product and increase sales turnover.

Keywords: *halal certification, halal products, MSMEs*

Abstrak

Artikel ini menjelaskan tentang bagaimana sertifikasi halal dapat memberikan dampak positif terhadap daya saing UMKM di Indonesia. Tren dan jumlah permintaan produk halal yang semakin meningkat merupakan dorongan pemerintah dan seluruh elemen terkait untuk terus melakukan sosialisasi dan pendampingan UMKM guna mendapatkan sertifikasi halal melalui LPPOM-MUI dan BPJPH. Hasil dan pembahasan artikel ini memuat penjelasan dari beberapa literatur terkait yang telah ada sebelumnya mengenai sertifikasi halal serta klasifikasi dan daya saing UMKM di Indonesia. Kesimpulan dari artikel ini adalah sosialisasi dan pendampingan proses sertifikasi halal merupakan hal penting, sebab sertifikat dan label halal dapat menunjang kepercayaan konsumen terhadap suatu produk dan peningkatan omzet penjualan.

Kata Kunci: Sertifikasi Halal, Produk Halal, UMKM

A. PENDAHULUAN

Menurut databoks pada tahun 2022, terdapat 86,93% atau setara dengan 238 juta jiwa penduduk yang menganut agama Islam di Indonesia. Berdasarkan data ini, maka dapat dilihat bahwa Indonesia dapat dijadikan sebagai pasar potensial bagi perusahaan multinasional maupun UMKM dalam menawarkan barang dan jasa syariah. Seorang muslim diharuskan untuk mengonsumsi makanan yang dianggap halal dalam agama Islam. Al Farisi (2020) menyatakan bahwa makanan halal didefinisikan sebagai makanan yang diizinkan oleh hukum Islam dan diharuskan untuk memenuhi beberapa syarat, salah satunya adalah tidak mengandung sesuatu yang menurut hukum Islam dianggap

melanggar ketentuan. Pemahaman masyarakat muslim Indonesia mengenai produk halal didominasi pada sektor makanan dan minuman. Pada beberapa negara, termasuk Indonesia, industri halal menjadi telah tren dalam beberapa tahun terakhir, jadi makanan dan minuman yang beredar bebas harus diperhatikan dari segi komposisi yang sehat secara medis dan halal (Salam, 2022).

Seiring massifikasi pemberian pemahama mengenai produk halal, permintaan konsumen terhadap produk halal pun kian meningkat. Sertifikasi halal merupakan indikator mendasar bagi suatu produk agar dapat dikategorikan sebagai produk halal. Sertifikasi Halal adalah serangkaian proses mendapatkan sertifikat halal melalui proses pemeriksaan yang menunjukkan bahwa bahan, sistem jaminan halal, sampai proses produksi sudah terverifikasi dengan standar Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) (Anisa, 2022). Tujuan lain dari sertifikasi halal adalah untuk memberikan hak konsumen dengan memastikan bahwa produk tersebut halal, karena keyakinan pembeli tentang kualitas produk tersebut memengaruhi jumlah yang mereka beli. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 4 menetapkan bahwa produk harus memiliki sertifikasi halal. Penjelasan Undang Undang Jaminan Produk Halal memberikan afirmasi bahwa keterangan halal untuk suatu produk merupakan pertimbangan sangat penting dan mendasar bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, sehingga perusahaan yang memproduksi atau memasukkan makanan ke Indonesia untuk diperjualbelikan harus memiliki sertifikat halal yang menunjukkan bahwa makanan tersebut halal bagi umat Islam (Salam, 2022).

Selain itu, makanan halal telah terbukti akan kualitasnya yang baik dan bermanfaat bagi kesehatan manusia, terutama bagi umat Islam. Sertifikasi dan label halal mampu memberikan ketenangan batin kepada umat Islam, juga memberikan keyakinan kepada produsen dalam proses produksi mereka. Terlebih lagi, dalam konteks globalisasi pasar dan ekonomi, sertifikasi dan label halal bertambah penting untuk bagi setiap pelaku usaha. Karena itu, industri halal mempunyai peluang yang sangat potensial untuk menjadi bagian dari penyediaan makanan yang terjamin, berkualitas tinggi, bergizi, dan sehat. Produk halal telah berkembang pesat di negara-negara Islam dan juga di beberapa negara non-Islam (Mustova et al, 2023).

Perusahaan multinasional umumnya mampu menyesuaikan dengan cepat perubahan perilaku konsumen pada negara yang menjadi target pasar yang dituju. Contohnya saja perusahaan yang bergerak dalam sektor *food and beverage* seperti McDonald's dan Starbucks, mereka mampu meyakinkan konsumen dengan menyematkan label halal pada produknya. Maka dari itu, UMKM lokal perlu diberikan pemahaman dan diperbantukan untuk mampu menyelesaikan tahapan-tahapan sertifikasi halal dan dapat meyakinkan konsumen serta mampu bersaing dengan produk perusahaan multinasional lainnya. Sebab kini UMKM lokal memiliki faktor lain yang menguntungkan seperti tidak adanya afiliasi terhadap Geo-Politik tertentu yang sedang ramai diperbincangkan belakangan ini. Al Farisi (2020) mengemukakan bahwa persepsi dan perspektif konsumen memengaruhi preferensi mereka untuk membeli atau memilih barang-barang tertentu. Persepsi didefinisikan sebagai proses memilah, mengkonstruksikan, mengorganisasikan dan mengartikan informasi untuk membuat gambaran yang signifikan tentang dunia ini. Memperhatikan dengan selektif, mencari kekurangan dengan selektif, dan mengingat kembali dengan selektif adalah tiga cara berbeda untuk mengartikan informasi. Pilihan konsumen untuk membeli suatu barang tidak dapat dilepaskan dari lingkungan, pengalaman, dan insentif yang telah mereka terima sebelumnya. Berangkat dari latar belakang tersebut, pokok bahasan dan tujuan penelitian ini berfokus pada penjabaran beberapa teori dan pemikiran terkait dengan bagaimana sertifikasi halal dapat memberikan dampak positif bagi daya saing UMKM di Indonesia.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini disusun dengan pendekatan atau desain penelitian review literatur atau kajian literatur. Menurut Zulfikar dan Mayu R (2020), review literatur adalah serangkaian identifikasi, evaluasi, dan paduan ide, penelitian, dan penelitian yang selaras yang dibuat oleh peneliti dan praktisi secara sistematis, jelas, dan dapat diulang. Metode ini digunakan untuk menganalisis dan sintesis teori dan ilmu pengetahuan sebelumnya tentang topik penelitian. Ini juga dilakukan untuk menemukan ruang kosong di mana penelitian dapat dilakukan. Sebuah tinjauan literatur yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari sumber ilmiah yang berkaitan dengan topik bahasan tersebut. Sumber sumber ini memiliki kemampuan untuk menggambarkan perspektif saat ini dan mengidentifikasi teori yang relevan dengan penelitian ini. Informasi diperoleh melalui membaca, memahami, mempelajari, dan mengutip buku dan jurnal literatur, baik digital maupun fisik. Pengumpulan data diperoleh dengan melakukan pengkajian sejumlah literatur yang berkaitan dengan Sertifikasi Halal, Dampak Sertifikasi Halal bagi UMKM. Dalam mengkaji literatur, para peneliti juga menelaah dan memahami tulisan artikel baik milik perorangan maupun kelembagaan terutama melalui situs-situs resmi milik lembaga terkait.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Sertifikasi Halal

Pada awalnya, tanggung jawab untuk mengatur pemeriksaan sertifikasi halal diberikan kepada Kementerian Agama. Proses tersebut dilakukan dengan memunculkan peraturan Menteri Agama No. 518 Tahun 2001 mengenai paduan dan aturan cara pemeriksaan dan penetapan pangan berstatus halal, yang kemudian diinterpretasikan melalui keputusan Menteri Agama no. 519 tahun 2001 mengenai instansi pelaksana pemeriksa pangan halal, yang menetapkan dan memberikan wewenang kepada lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) untuk melakukan pemeriksaan. Kemudian, BPJPH atau Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal secara administrasi hukum negara akan menerbitkan sertifikasi halal berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan MUI (Sukri, 2021).

Sukri (2021) mengemukakan bahwa dalam perkembangannya, tahapan birokrasi untuk mendapatkan sertifikasi halal masih terkesan sektoral, parsial, dan inkonsisten serta tidak tersistematis dengan baik. Sehingga dalam beberapa kasus menyebabkan sertifikasi halal belum mempunyai keabsahan hukum yang kuat. Selain itu, hingga saat ini masih sangat banyak produk yang bertebaran di Masyarakat belum dapat dipastikan kehalalannya, sehingga dibutuhkannya peraturan yang komperhensif terhadap kehalalan barang dan jasa. Berlandaskan fenomena tersebut maka pelaksanaan sertifikasi halal diatur dalam Undang-Undang nomor 33 tahun 2014 mengenai jaminan produk halal (UUJPH).

Aprilia et al. (2022) mengemukakan bahwa permasalahan utama yang dihadapi para pelaku UMKM di Bangka Selatan adalah minimnya penyebaran informasi dan sosialisasi lanjut terkait sertifikasi halal, mereka masih menyimpulkan bahwa proses sertifikasi halal itu rumit dan lama, terlebih jangka waktu berlakunya sertifikasi halal tersebut hanya 2 tahun. Berbeda halnya dengan para pelaku UMKM binaan Kadin Jawa Barat, sebagian besar dari mereka menilai sertifikasi halal merupakan hal penting guna memberikan rasa aman bagi konsumen, Mereka juga mengetahui bahwa mayoritas konsumennya adalah umat muslim, sehingga sertifikat halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen (Nurani et al., 2020).

Pemahaman dan pengimplementasian terkait sertifikasi halal sejatinya merupakan tanggungjawab bersama, terlebih kita sebagai kaum intelektual seharusnya mampu menjadi garda terdepan dalam membantu para pelaku UMKM. Sebab beberapa negara Asia Tenggara termasuk Indonesia sejatinya dapat bersaing untuk menjadi pemain produk halal skala global seiring dengan permintaan yang signifikan, bahkan negara-negara non-muslim seperti Korea Selatan, Brasil, Argentina, Australia, dan Selandia Baru telah masif memproduksi daging yang telah tersertifikasi halal untuk memenuhi permintaan masyarakat muslim dunia yang terus bertambah (Alfarizi, 2023).

Sertifikasi halal pada dasarnya bertujuan untuk memproteksi hak konsumen, terutama konsumen muslim, dan menentukan apakah suatu produk layak mendapatkan sertifikasi halal. Sertifikasi halal merupakan hal fundamental untuk kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah (Nadya et al., 2023). LPPOM MUI pusat hingga daerah memiliki peran untuk meningkatkan kesadaran konsumen dan produsen produk kuliner terhadap sertifikasi halal di Indonesia. Hal tersebut dapat dilakukan setidaknya dengan cara melakukan sosialisasi terkait mekanisme pengajuan sertifikasi halal, serta pembinaan bagi para pelaku UMKM guna mendapatkan legitimasi hukum terkait kehalalan produk yang ditawarkannya (Diyah et al., 2022).

Diyah et al. (2022) menyatakan bahwa beberapa persyaratan mengenai sertifikasi halal tertuang dalam buku pedoman Auditing Produk Halal LPPOM-MUI yaitu sebagai berikut:

- a. Semua bahan produk, mulai dari bahan utama sampai bahan pendukung dalam proses produksi, wajib bersifat halal.
- b. Bahan yang belum diproses atau bersifat intermediet tidak boleh diproses pada fasilitas produksi yang telah dipakai untuk memproses bahan yang berkategori haram, seperti halnya memakai fasilitas produksi untuk memproses daging babi dan produk turunannya.
- c. Perusahaan diharuskan untuk menggunakan sistem pengkodean pada bahan dan produk agar mudah diidentifikasi dari segi komposisi dan kelalaian.
- d. Semua bahan produk yang digunakan harus dipersetujui oleh LPPOM MUI, dilengkapi dengan dokumentasi berbentuk daftar bahan, dan pihak yang berkaitan harus menyetujuinya dengan tanda tangan.
- e. Kontaminasi silang dengan bahan yang dianggap najis harus dihindari penggunaannya pada tempat produksi.
- f. Rumah Potong Hewan (RPH) harus memenuhi standar guna penyembelihan hewan yang sesuai dengan tuntunan syariah.

2. Daya Saing UMKM

Aulya (2022) mengemukakan bahwa definisi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menurut Lembaga-lembaga dunia seperti World Bank yaitu sebagai berikut:

- a. Usaha mikro merupakan organisasi bisnis produktif dengan karakteristik jumlah karyawan tidak sampai dengan 10 orang, penghasilan per tahun tidak melebihi US\$100 ribu, dan aset yang dimiliki berjumlah dibawah US\$100 ribu.
- b. Usaha kecil merupakan organisasi bisnis produktif dengan karakteristik jumlah karyawan kurang dari 30 orang, penghasilan per tahun tidak melebihi US\$3 juta, dan aset yang dimiliki berjumlah dibawah US\$3 juta.
- c. Usaha menengah merupakan organisasi bisnis produktif dengan karakteristik jumlah karyawan maksimal 300 orang, penghasilan per tahun mencapai US\$15 juta, dan jumlah aset mencapai US\$15 juta.

Hidayat et al. (2022) juga mengemukakan mengenai klasifikasi UMKM berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dimana klasifikasi tersebut hanya merincikan berdasarkan kepemilikan dan keterkaitan antara badan usaha yang satu dan lainnya. Jumlah UMKM hingga 2022 berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM yaitu berkisar 8,71 juta unit usaha. Berdasarkan data LPPOM-MUI tahun 2022 tercatat produk yang telah mendapatkan sertifikasi halal sebanyak 297.308, artinya jika dipersentasekan hanya sekitar 0,035 produk UMKM yang telah tersertifikasi halal. Tentu angka tersebut merupakan angka yang sangat kecil mengingat Indonesia merupakan negara dengan jumlah umat muslim terbesar.

Label halal memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan profit perusahaan, tingkat kepercayaan konsumen dapat meningkat dengan dicantumkannya label halal pada produk. Walaupun hingga saat ini sebagian besar pelaku UMKM menilai sertifikasi halal hanya sebagai pemenuhan kewajiban syariat Islam, belum mampu melihat sebagai peluang untuk meningkatkan penghasilan usaha (Syaifudin & Fahma, 2022). Pemerintah dan setiap elemen yang terlibat perlu untuk melakukan pendampingan terhadap sertifikasi halal UMKM karena hal tersebut merupakan sebuah langkah penting untuk meningkatkan daya saing produk UMKM di pasaran (Ramadhani et al., 2022).

D. PENUTUP

Kesimpulan dari artikel ini yaitu sosialisasi terhadap masyarakat yang merupakan pelaku UMKM mengenai pentingnya sertifikasi halal telah banyak diselenggarakan baik oleh dinas yang berkaitan dengan koperasi dan UMKM maupun perseorangan dan/atau organisasi Pendidikan serta Kemasyarakatan. Sertifikat dan label halal sejatinya merupakan elemen penting yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam mengosumsi atau menggunakan produk yang ditawarkan. Para pelaku UMKM yang telah mendapatkan wawasan dan pemahaman mengenai pentingnya sertifikasi halal mayoritas tertarik dan telah menjalankan pengajuan sertifikasi halal melalui LPPOM MUI yang bekerja sama dengan BPJPH, tetapi kalkulasi dari jumlah UMKM yang telah tersertifikasi masih sangat jauh dari angka yang diharapkan. Menilai dari sudut pandang produsen, birokrasi dalam pengajuan sertifikasi halal kerap menjadi hambatan, padahal sertifikat dan label halal terbukti mampu meningkatkan kesan kualitas suatu produk dan meningkatkan omzet penjualan. Apalagi dengan fakta yang menunjukkan bahwa produk halal sangat tinggi permintaannya dan berbagai negara telah berlomba-lomba untuk menjadi pemain atau pemasok produk halal dalam skala global. Artikel ini merupakan hasil kolaborasi mahasiswa dan dosen Universitas Muhammadiyah Jakarta, oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan arahan, saran, dan dukungan selama penyusunan jurnal ini.

6. DAFTAR RUJUKAN

- Al Farisi, M. S. (2020). Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Produk Makanan Halal Di Dusun Mlangi Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 1(2), 60-75.
- Alfarizi, M. (2023). Peran Sertifikasi Halal Dan Kepatuhan Praktik Halal Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan: Investigasi Pemodelan Empiris Sektor Umkm Kuliner Nusantara. *Harmoni*, 22(1), 93-116.
- Anisa, L. N. (2022). Urgensi Literasi Sertifikasi Halal Bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Ngawi. *Investama: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 91-100.
- Aprilia, S., & Priantina, A. (2022). Analisa Strategi Peningkatan Sertifikasi Halal Sektor Kuliner Di Bangka Selatan. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 2(1), 50-71.

- Aulya, W. (2022). Definisi, Kriteria dan Konsep UMKM.
- Diyah, N. E., Riyanti, A., & Karim, M. (2022). Implementasi Sertifikasi Halal Pada Kuliner Umkm Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(12), 2863-2874.
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707-6714.
- Mustova, M. Z., Ramadan, A., Muawanah, S. R., Azzahra, T., Herlambang, M. T., & Muazis, M. H. (2023). Implikasi Positif Sertifikat Halal Bagi Pelaku Umkm Di Desa Bantarsari. *Edusifa: Jurnal Pendidikan Islam*, 9(2), 168-176.
- Nadya, A. Q., ridho Hafidz, A., Latifa, A., & Fikri, S. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal UMKM Desa Pondokagung Kecamatan Kasembon Kabupaten Malang. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1-9.
- Nurani, N., Nursjanti, F., & Munawar, F. (2020). Penyuluhan sertifikasi halal bagi UMKM Jawa barat pada situasi pandemi Covid-19. *Madaniya*, 1(3), 126-139.
- Ramadhani, A., Dewi, H., Qawiyyu, R., Chusen, A., & Diana, L. (2022). Pendampingan sertifikasi halal dan NIB bagi UMKM di kelurahan Tanjungsari, Sukorejo, kota Blitar. *Karya Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 30–35.
- Salam, D. A. (2022). Implementasi Jaminan Produk Halal Melalui Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan dan Minuman UMKM di Kabupaten Sampang. *Qawwam: The Leader's Writing*, 3(1), 10-20.
- Sukri, I. F. (2021). Implementasi Undang-Undang Cipta Kerja terhadap Penyelenggaraan Sertifikasi Halal dan Produk Halal di Indonesia. *Majalah Hukum Nasional*, 51(1), 73-94.
- Syaifudin, M. R., & Fahma, F. (2022). Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Pendapatan Usaha UMKM Mendoan Ngapak. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 21(1), 40. <https://doi.org/10.20961/performa.21.1.52537>
- Zulfikar, & Mayu, R. (2020). *Panduan Penulisan Skripsi Literature Review*. UIN Maulana Malik Ibrahim