
Komunikasi Kebijakan Sertifikasi Halal dalam Kajian Islam Kontemporer

Abdullah^{1*}

¹Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, Indonesia

Email Correspondence :abdullahdusunhalong@gmail.com

Kata Kunci :

Sertifikasi Halal,
Komunikasi Kebijakan,
Kajian Islam

Abstrak

Sertifikasi halal di Indonesia tidak hanya menjadi kewajiban administratif, tetapi juga bagian dari perlindungan konsumen muslim, kepatuhan syariah, dan komunikasi kebijakan publik. Artikel ini bertujuan menelaah, membandingkan, dan mensintesis penelitian terdahulu tentang komunikasi kebijakan sertifikasi halal dalam kajian Islam kontemporer. Penelitian ini menggunakan metode *systematic literature review* dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Literatur diperoleh dari Google Scholar, Garuda, DOAJ, SINTA, jurnal nasional, jurnal internasional, dan dokumen kebijakan resmi pada rentang 2020 sampai 2026. Analisis dilakukan melalui tahapan identifikasi, penyaringan, kelayakan, klasifikasi tema, dan sintesis isi. Hasil kajian menunjukkan bahwa komunikasi kebijakan sertifikasi halal berperan penting dalam membentuk literasi halal, kepercayaan pelaku usaha, dan kepatuhan terhadap regulasi. Namun, implementasinya masih menghadapi hambatan berupa rendahnya literasi halal, kompleksitas prosedur, kesenjangan akses digital, dan kurang meratanya pendampingan. Artikel ini menawarkan kebaruan berupa pemetaan hubungan antara komunikasi kebijakan, literasi halal, nilai Islam kontemporer, dan kepatuhan pelaku usaha.

Keywords :

Halal Certification; Policy
Communication; Islamic
Studies

Abstract

Halal certification in Indonesia is not merely an administrative obligation but also a part of Muslim consumer protection, Sharia compliance, and public policy communication. This article aims to examine, compare, and synthesize previous studies on halal certification policy communication within contemporary Islamic studies. This research employs a systematic literature review method using a qualitative descriptive approach. The literature was obtained from Google Scholar, Garuda, DOAJ, SINTA, national journals, international journals, and official policy documents published between 2020 and 2026. The analysis was conducted through several stages,

including identification, screening, eligibility assessment, thematic classification, and content synthesis. The findings indicate that halal certification policy communication plays an important role in shaping halal literacy, strengthening business actors' trust, and improving compliance with regulations. However, its implementation still faces several challenges, including low levels of halal literacy, procedural complexity, disparities in digital access, and uneven availability of assistance. This article offers novelty by mapping the relationship between policy communication, halal literacy, contemporary Islamic values, and business actors' compliance.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY-SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

PENDAHULUAN

Sertifikasi halal menjadi isu penting dalam kehidupan masyarakat muslim Indonesia. Halal tidak hanya berkaitan dengan makanan dan minuman, tetapi juga menyangkut perlindungan konsumen, etika produksi, kepercayaan publik, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Dalam kajian Islam kontemporer, sertifikasi halal dapat dipahami sebagai mekanisme modern untuk memastikan bahwa produk yang dikonsumsi masyarakat sesuai dengan nilai agama. Sertifikasi halal juga berfungsi sebagai instrumen sosial yang menghubungkan negara, pelaku usaha, lembaga keagamaan, dan konsumen muslim.

Dasar normatif sertifikasi halal dapat ditemukan dalam Al-Qur'an. Allah Swt. memerintahkan manusia untuk mengonsumsi sesuatu yang halal dan baik. Hal ini ditegaskan dalam QS. al-Baqarah [2]: 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Terjemah:

“Wahai manusia, makanlah sebagian makanan di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata” (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019).

Ayat tersebut menunjukkan bahwa prinsip halal harus berjalan bersama dengan prinsip *tayyib*. Halal berkaitan dengan keabsahan menurut ajaran Islam, sedangkan *tayyib* berkaitan dengan kebaikan, keamanan, kebersihan, dan kelayakan produk. Dalam konteks sertifikasi halal, pelaku usaha tidak cukup hanya mengklaim produknya halal. Pelaku usaha perlu memastikan bahan, proses produksi, penyimpanan, distribusi, dan informasi produk sesuai dengan prinsip halal dan baik. Sertifikasi halal hadir sebagai mekanisme modern untuk memberi kepastian kepada konsumen muslim.

Prinsip halal dan baik juga ditegaskan dalam QS. al-Ma'idah [5]: 88:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَانْقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Terjemah:

“Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman” (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019).

Ayat ini menegaskan bahwa konsumsi halal berkaitan dengan ketakwaan. Dalam kajian Islam kontemporer, sertifikasi halal dapat dipahami sebagai bentuk tanggung jawab pelaku usaha dalam menjaga kepastian produk, melindungi konsumen muslim, dan menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan nilai Islam. Sertifikasi halal juga menjadi sarana untuk menghubungkan nilai keagamaan dengan praktik ekonomi modern yang membutuhkan standar, prosedur, dan lembaga verifikasi.

Indonesia memiliki dasar hukum yang kuat dalam penyelenggaraan jaminan produk halal. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menegaskan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Ketentuan tersebut diperkuat melalui Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Regulasi ini menunjukkan bahwa halal tidak lagi ditempatkan sebagai pilihan sukarela, tetapi sebagai kewajiban hukum bagi pelaku usaha. Perubahan ini membutuhkan komunikasi kebijakan yang jelas agar masyarakat memahami substansi, tujuan, prosedur, dan manfaat sertifikasi halal.

Dalam bidang komunikasi, kebijakan sertifikasi halal tidak cukup hanya ditetapkan melalui regulasi. Kebijakan tersebut perlu dikomunikasikan kepada pelaku usaha dan masyarakat melalui pesan yang mudah dipahami. Pemerintah, BPJPH, MUI, LPH, pemerintah daerah, pendamping proses produk halal, perguruan tinggi, dan komunitas UMK memiliki peran sebagai aktor komunikasi. Mereka bertugas menyampaikan informasi, memberi edukasi, membangun kesadaran, dan mendorong kepatuhan. Jika komunikasi kebijakan tidak berjalan efektif, pelaku usaha dapat memandang sertifikasi halal sebagai beban administratif, bukan sebagai kebutuhan usaha dan tanggung jawab keagamaan.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal berdampak pada kepercayaan konsumen, minat beli, dan daya saing pelaku usaha. Septiani dan Ridlwan (2020) menemukan bahwa sertifikasi halal dan kesadaran halal memengaruhi intensi pembelian produk halal. Djakasaputra et al. (2023) juga menunjukkan bahwa sertifikasi halal, kesadaran halal, dan citra merek berpengaruh terhadap minat beli produk makanan halal. Pada tingkat pelaku usaha, Hidayat dan Witta (2024) menyatakan bahwa sertifikasi halal dapat mendukung daya saing, keberlanjutan usaha, dan perluasan pasar UMK. Temuan ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki nilai ekonomi dan nilai religius.

Namun, implementasi sertifikasi halal masih menghadapi berbagai tantangan. Jamaluddin et al. (2022) menunjukkan bahwa program *self-declare* bagi UMK menghadapi kendala pada aspek pemahaman, kesiapan dokumen, dan proses pendampingan. Suganda et al. (2024) menemukan bahwa sebagian pelaku UMK

memahami pentingnya sertifikasi halal, tetapi belum semua memiliki sertifikat halal karena biaya, prosedur, dan keterbatasan informasi. Djamaluddin et al. (2024) menegaskan bahwa komunikasi publik BPJPH melalui media sosial berperan dalam sosialisasi, tetapi efektivitasnya tetap membutuhkan penguatan pesan, kanal, dan kolaborasi antaraktor. Kondisi ini memperlihatkan bahwa persoalan sertifikasi halal tidak hanya bersifat hukum dan ekonomi, tetapi juga komunikatif.

Kajian Islam kontemporer memberi dasar normatif untuk memahami urgensi sertifikasi halal. Konsep halal berkaitan dengan perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta dalam kerangka *maqasid al-shariah*. Sertifikasi halal dapat menjaga agama karena membantu muslim menjalankan perintah agama. Sertifikasi halal juga menjaga jiwa karena mendorong konsumsi produk yang aman dan layak. Pada sisi ekonomi, sertifikasi halal menjaga harta karena memberi kepastian, transparansi, dan kepercayaan dalam transaksi. Oleh karena itu, sertifikasi halal dapat dipahami sebagai praktik keislaman modern yang berhubungan langsung dengan tata kelola produk, komunikasi publik, dan kepatuhan pelaku usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan menelaah komunikasi kebijakan sertifikasi halal dalam kajian Islam kontemporer. Fokus utama artikel diarahkan pada regulasi, literasi halal, komunikasi kebijakan, dan kepatuhan pelaku usaha. Artikel ini juga bertujuan menemukan pola temuan penelitian terdahulu, mengidentifikasi kesenjangan penelitian, dan menawarkan kontribusi ilmiah baru dalam kajian komunikasi

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *systematic literature review* dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode ini dipilih karena artikel bertujuan menelaah, membandingkan, dan mensintesis hasil penelitian terdahulu. Tinjauan sistematis membantu peneliti menyusun kajian secara terarah, transparan, dan dapat ditelusuri. Tahapan kajian mengacu pada prinsip PRISMA 2020 yang meliputi identifikasi, penyaringan, kelayakan, dan penetapan artikel yang dianalisis (Page et al., 2021).

Sumber data penelitian berupa artikel jurnal nasional, artikel jurnal internasional, prosiding ilmiah, artikel pengabdian yang relevan, dan dokumen kebijakan resmi. Basis pencarian literatur meliputi Google Scholar, Garuda, DOAJ, SINTA, laman jurnal universitas, dan laman resmi BPJPH. Rentang publikasi utama dibatasi pada tahun 2020 sampai 2026. Dokumen regulasi yang terbit sebelum tahun tersebut tetap digunakan karena memiliki posisi hukum sebagai dasar kebijakan sertifikasi halal.

Kata kunci pencarian yang digunakan meliputi “sertifikasi halal”, “komunikasi kebijakan sertifikasi halal”, “literasi halal”, “kepatuhan pelaku usaha”, “sertifikasi halal UMK”, “sertifikasi halal self-declare”, “halal certification policy”, “halal certification MSMEs”, “halal literacy”, “Islamic studies and halal certification”, dan “maqasid sharia halal certification”. Kata kunci tersebut digunakan dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris untuk memperluas cakupan literatur.

Kriteria inklusi dalam penelitian ini mencakup artikel yang membahas sertifikasi halal, komunikasi kebijakan, sosialisasi halal, literasi halal, kepatuhan pelaku usaha, UMK, perilaku konsumen halal, regulasi jaminan produk halal, dan kajian Islam kontemporer. Artikel harus memiliki relevansi langsung dengan topik penelitian. Kriteria eksklusi meliputi artikel yang tidak tersedia penuh, tidak memiliki identitas publikasi yang jelas, tidak relevan dengan sertifikasi halal, hanya berupa opini populer, atau tidak memuat temuan yang dapat disintesis.

Teknik analisis data dilakukan melalui tiga tahap. Pertama, peneliti membaca judul, abstrak, kata kunci, dan kesimpulan artikel. Kedua, peneliti mengelompokkan artikel berdasarkan tema utama, yaitu regulasi, komunikasi kebijakan, literasi halal, kepatuhan pelaku usaha, digitalisasi, dan kajian Islam. Ketiga, peneliti melakukan sintesis tematik untuk menemukan pola temuan, perbedaan hasil, celah penelitian, dan kebaruan konseptual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sintesis Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu Relevan

No	Peneliti	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil Utama	Relevansi
1	Septiani & Ridlwan	2020	Menganalisis pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap minat beli	Kuantitatif	Sertifikasi halal dan kesadaran halal memengaruhi minat beli	Menjelaskan fungsi label halal sebagai pesan kepercayaan
	Arifin	2020	Mengkaji jaminan produk halal bagi UMK	Yuridis normatif	Sertifikasi halal memberi perlindungan hukum bagi konsumen dan pelaku usaha	Menjadi dasar pembahasan regulasi
3	Sudarmiatin et al.	2020	Mengkaji niat usaha mikro dalam sertifikasi halal	Kuantitatif	Persepsi manfaat dan kesiapan usaha memengaruhi niat sertifikasi	Relevan untuk kepatuhan pelaku usaha
4	Djunaidi et al.	2021	Menganalisis persepsi konsumen terhadap produk halal	Kuantitatif	Persepsi halal memengaruhi keputusan pembelian	Menunjukkan nilai komunikasi label halal
5	Sofiana et al.	2021	Membandingkan sertifikasi halal Indonesia dan	Komparatif yuridis	Perlindungan konsumen membutuhkan	Relevan untuk analisis kelembagaan

No	Peneliti	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil Utama	Relevansi
			Malaysia		sistem sertifikasi yang jelas	
6	Jannah & Al-Banna	2021	Menganalisis kesadaran halal dan ketertelusuran halal	Kuantitatif	Kesadaran halal dan <i>traceability</i> penting bagi konsumen dan pengusaha	Mendukung pembahasan literasi halal
7	Jamaluddin et al.	2022	Menganalisis program <i>self-declare</i> pada UMK	Deskriptif kuantitatif	Program berjalan, tetapi masih membutuhkan pemahaman dan pendampingan	Relevan untuk komunikasi prosedur
8	Ismail & Kornitasari	2022	Mengkaji sosialisasi sertifikasi halal pada usaha mikro	Studi kasus	Sosialisasi membantu pemahaman pelaku usaha	Mendukung pembahasan komunikasi langsung
9	Akbar & Rohman	2023	Mengukur dampak sertifikat halal terhadap kinerja UMK	Kuantitatif	Sertifikat halal berdampak pada kinerja usaha	Relevan untuk peluang ekonomi
10	Djakasaputra et al.	2023	Menguji pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal, dan citra merek	Kuantitatif	Ketiganya berpengaruh pada minat beli produk makanan halal	Relevan untuk komunikasi pemasaran
11	Pratikto et al.	2023	Menganalisis faktor perilaku sertifikasi halal UMK	Kuantitatif	Intensi menjadi faktor penting dalam perilaku sertifikasi	Menjelaskan kepatuhan pelaku usaha
12	Umami et al.	2023	Mengkaji implementasi sertifikasi halal melalui <i>self-declare</i>	Studi kasus	Pendampingan membantu UMK memahami proses sertifikasi	Relevan untuk peran pendamping
13	Jubaedah et al.	2023	Mengkaji sertifikasi halal pasca UU Cipta Kerja	Yuridis normatif	Regulasi baru mempercepat dan	Relevan untuk perubahan kebijakan

No	Peneliti	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil Utama	Relevansi
					menyederhanakan sertifikasi	
14	Djamaludin et al.	2024	Mengkaji komunikasi publik BPJPH di media sosial	Kualitatif	BPJPH menggunakan penguatan konten, kegiatan, dan kolaborasi	Rujukan utama komunikasi kebijakan halal
15	Hidayat & Witta	2024	Meninjau implikasi sertifikasi halal bagi UMK	<i>Systematic literature review</i>	Sertifikasi halal mendukung daya saing dan perluasan pasar	Relevan untuk peluang UMK
16	Ikhwan	2024	Memetakan riset sertifikasi halal di Indonesia	Bibliometrik	Riset sertifikasi halal berkembang pada klaster sistem, konsumen, kosmetik, dan standar	Relevan untuk peta riset
17	Karyani et al.	2024	Mengkaji adopsi blockchain dalam sertifikasi halal	Kuantitatif	Teknologi dapat memperkuat transparansi dan kepercayaan	Relevan untuk komunikasi digital
18	Rofi'ah et al.	2024	Mengkaji efektivitas percepatan sertifikasi halal	Sosiolegal	Efektivitas membutuhkan regulasi, edukasi, pendamping, dan budaya hukum	Relevan untuk kepatuhan
19	Suganda et al.	2024	Menganalisis pemahaman masyarakat terhadap kewajiban sertifikasi halal	Kuantitatif deskriptif	Pelaku UMK memahami urgensi halal, tetapi masih terkendala biaya dan prosedur	Relevan untuk literasi halal
20	Sasmita et al.	2025	Mengkaji literasi pelaku usaha terhadap kewajiban	Kualitatif normatif-empiris	Literasi pelaku usaha masih bervariasi dan	Relevan untuk komunikasi literasi

No	Peneliti	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil Utama	Relevansi
			sertifikasi halal		membutuhkan edukasi langsung	
21	Naldo et al.	2025	Merumuskan masalah dan solusi sertifikasi halal UMKM	Analisis isi kualitatif	Masalah utama meliputi informasi, biaya, dokumen, dan pendampingan	Relevan untuk solusi komunikasi
22	Ma'arif	2024	Menganalisis sertifikasi halal melalui pendekatan maqasid Jasser Auda	Kajian kualitatif	Sertifikasi halal mendukung pertumbuhan UMKM dan nilai maqasid	Menguatkan kajian Islam kontemporer

Komunikasi Kebijakan Sertifikasi Halal

Komunikasi kebijakan menjadi bagian penting dalam implementasi sertifikasi halal. Regulasi yang baik tidak selalu menghasilkan kepatuhan apabila pesan kebijakan tidak dipahami oleh sasaran. Pelaku usaha membutuhkan informasi yang jelas tentang kewajiban halal, alur pendaftaran, skema reguler, skema *self-declare*, dokumen usaha, pendamping PPH, dan penggunaan aplikasi SIHALAL. Informasi tersebut harus disampaikan dengan bahasa yang sederhana, konsisten, dan sesuai dengan kondisi pelaku usaha.

Dalam konteks komunikasi, BPJPH dan lembaga terkait berperan sebagai komunikator kebijakan. Pelaku usaha berperan sebagai komunikan yang menerima, menafsirkan, dan merespons pesan kebijakan. Kanal komunikasi dapat berupa media sosial, laman resmi, pelatihan, sosialisasi tatap muka, penyuluhan komunitas, dan pendampingan langsung. Pesan komunikasi tidak boleh hanya bersifat normatif. Pesan harus menjawab pertanyaan praktis pelaku usaha, seperti cara mendaftar, syarat bahan, biaya, waktu proses, dan manfaat sertifikat halal.

Djamaluddin et al. (2024) menunjukkan bahwa komunikasi publik BPJPH melalui Instagram dilakukan dengan penguatan isi pesan, kegiatan sosialisasi, dan kolaborasi institusi. Temuan ini memperlihatkan bahwa media sosial dapat menjadi kanal strategis dalam menyebarkan kebijakan halal. Namun, media sosial perlu dilengkapi dengan komunikasi interpersonal. Pelaku UMK sering membutuhkan penjelasan langsung karena prosedur sertifikasi melibatkan dokumen dan alur digital.

Komunikasi kebijakan sertifikasi halal perlu memenuhi empat fungsi. Pertama, fungsi informatif, yaitu memberi pengetahuan dasar tentang regulasi halal. Kedua, fungsi edukatif, yaitu meningkatkan pemahaman pelaku usaha tentang bahan, proses produksi, dan sistem jaminan produk halal. Ketiga, fungsi persuasif, yaitu

membangun kesadaran bahwa sertifikasi halal memberi manfaat keagamaan dan ekonomi. Keempat, fungsi partisipatif, yaitu membuka ruang dialog, konsultasi, dan pendampingan.

Sertifikasi Halal dalam Kajian Islam Kontemporer

Dalam kajian Islam kontemporer, sertifikasi halal dapat dibaca sebagai bentuk pelembagaan nilai syariah dalam kehidupan ekonomi modern. Masyarakat muslim saat ini menghadapi rantai produksi yang kompleks. Konsumen tidak selalu mengetahui bahan, proses pengolahan, penyimpanan, distribusi, dan kemungkinan kontaminasi produk. Dalam kondisi tersebut, sertifikasi halal menjadi instrumen verifikasi yang membantu konsumen memperoleh kepastian.

QS. al-Baqarah [2]: 168 dan QS. al-Ma'idah [5]: 88 menegaskan bahwa konsumsi halal harus disertai prinsip *tayyib*. Prinsip ini memiliki relevansi langsung dengan sertifikasi halal karena produk yang dikonsumsi masyarakat tidak hanya perlu memenuhi ketentuan halal, tetapi juga perlu aman, bersih, layak, dan dapat dipertanggungjawabkan. Dengan demikian, sertifikasi halal dapat dipahami sebagai sarana modern untuk menerjemahkan nilai halal dan *tayyib* ke dalam tata kelola produksi, distribusi, dan informasi produk.

Sertifikasi halal juga sejalan dengan prinsip *maqasid al-shariah*. Pada aspek perlindungan agama, sertifikasi halal membantu umat Islam menjalankan kewajiban mengonsumsi produk halal. Pada aspek perlindungan jiwa, sertifikasi halal mendorong standar keamanan dan kelayakan produk. Pada aspek perlindungan harta, sertifikasi halal menciptakan kepastian transaksi dan mengurangi risiko penipuan klaim halal. Pada aspek perlindungan akal dan keturunan, sertifikasi halal mendukung konsumsi yang bertanggung jawab dan sesuai nilai agama.

Kajian Islam kontemporer juga melihat halal sebagai bagian dari etika bisnis. Pelaku usaha tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga bertanggung jawab atas kejujuran informasi produk. Klaim halal tanpa sertifikasi dapat menimbulkan masalah etis karena konsumen muslim membutuhkan kepastian. Dalam perspektif ini, komunikasi kebijakan sertifikasi halal perlu menekankan nilai amanah, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial.

Literasi Halal Pelaku Usaha

Literasi halal menjadi faktor penting dalam keberhasilan sertifikasi halal. Literasi halal tidak hanya berarti mengetahui istilah halal dan haram. Literasi halal mencakup pemahaman tentang bahan baku, proses produksi, kebersihan alat, penyimpanan, distribusi, dokumen usaha, dan prosedur sertifikasi. Pelaku usaha yang memiliki literasi halal lebih mudah memahami kebijakan dan lebih siap memenuhi persyaratan sertifikasi.

Dalam konteks QS. al-Baqarah [2]: 168 dan QS. al-Ma'idah [5]: 88, literasi halal tidak hanya berhubungan dengan pengetahuan teknis. Literasi halal juga berhubungan dengan kesadaran keagamaan dan tanggung jawab sosial pelaku usaha. Pelaku usaha perlu memahami bahwa produk halal dan baik harus dibangun melalui

bahan yang jelas, proses yang bersih, dan informasi yang jujur kepada konsumen.

Suganda et al. (2024) menemukan bahwa sebagian pelaku UMK menyadari pentingnya sertifikasi halal, tetapi belum semua memiliki sertifikat halal karena menganggap biaya dan prosedur masih menjadi hambatan. Sasmita et al. (2025) juga menunjukkan bahwa pemahaman pelaku usaha terhadap kewajiban sertifikasi halal masih bervariasi. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi halal belum merata. Karena itu, komunikasi kebijakan perlu diarahkan pada peningkatan pemahaman praktis, bukan hanya penyampaian aturan.

Literasi halal juga berkaitan dengan literasi digital. Proses sertifikasi halal saat ini banyak menggunakan sistem daring. Pelaku usaha perlu memahami cara membuat akun, mengunggah dokumen, memilih jenis layanan, dan memantau proses pengajuan. Kesenjangan digital dapat menghambat pelaku UMK, terutama yang belum terbiasa dengan administrasi daring. Oleh karena itu, pendampingan teknis tetap diperlukan meskipun informasi sudah tersedia secara digital.

Kepatuhan Pelaku Usaha terhadap Sertifikasi Halal

Kepatuhan pelaku usaha tidak hanya dipengaruhi oleh kewajiban hukum. Kepatuhan juga dipengaruhi oleh pemahaman, persepsi manfaat, kemudahan prosedur, kepercayaan terhadap lembaga, dan dukungan pendamping. Pelaku usaha akan lebih mudah patuh apabila mereka memahami tujuan kebijakan dan melihat manfaat langsung bagi usahanya.

Dalam perspektif kajian Islam kontemporer, kepatuhan pelaku usaha terhadap sertifikasi halal dapat dipahami sebagai bentuk pelaksanaan nilai halal dan *tayyib* sebagaimana ditegaskan dalam QS. al-Baqarah [2]: 168 dan QS. al-Ma'idah [5]: 88. Kepatuhan tersebut tidak hanya menunjukkan ketaatan terhadap regulasi negara, tetapi juga menunjukkan komitmen moral pelaku usaha dalam menjaga kepercayaan konsumen muslim. Dengan demikian, sertifikasi halal dapat menjadi bentuk akuntabilitas usaha dalam praktik ekonomi modern.

Pratikto et al. (2023) menunjukkan bahwa intensi memiliki peran penting dalam perilaku sertifikasi halal UMK. Intensi tersebut dapat terbentuk melalui komunikasi yang jelas dan persuasif. Pelaku usaha perlu menerima pesan bahwa sertifikasi halal bukan sekadar syarat administratif, tetapi juga sarana membangun kepercayaan konsumen. Hidayat dan Witta (2024) juga menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat mendukung daya saing, keberlanjutan produk, dan perluasan pasar UMK.

Namun, kepatuhan dapat terhambat oleh persepsi rumit terhadap prosedur sertifikasi. Jamaluddin et al. (2022) menemukan bahwa pelaksanaan *self-declare* masih membutuhkan pemahaman dan kesiapan dokumen. Hambatan ini memperlihatkan pentingnya komunikasi prosedural. Pemerintah perlu menyampaikan informasi melalui panduan sederhana, contoh dokumen, video tutorial, infografik, dan layanan konsultasi.

Peluang Implementasi Sertifikasi Halal

Peluang pertama adalah meningkatnya kepercayaan konsumen muslim. Sertifikat halal menjadi tanda visual yang memberi kepastian kepada konsumen. Label halal berfungsi sebagai pesan singkat yang mudah dikenali dan memiliki makna religius. Konsumen muslim dapat menggunakan label halal sebagai dasar keputusan pembelian.

Peluang kedua adalah penguatan daya saing pelaku usaha. Sertifikasi halal dapat membantu UMK masuk ke pasar yang lebih luas. Produk bersertifikat halal lebih mudah diterima oleh konsumen muslim, mitra distribusi, dan pasar modern. Dalam konteks ini, sertifikasi halal menjadi modal reputasi bagi pelaku usaha.

Peluang ketiga adalah penguatan ekosistem ekonomi halal. Sertifikasi halal terhubung dengan makanan, minuman, kosmetik, obat, pariwisata, logistik, dan perdagangan digital. Karyani et al. (2024) menunjukkan bahwa teknologi seperti blockchain dapat memperkuat transparansi sertifikasi halal. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi kebijakan halal juga perlu mengikuti perkembangan digital.

Peluang keempat adalah penguatan kolaborasi. BPJPH tidak dapat bekerja sendiri. Pemerintah daerah, perguruan tinggi, organisasi keagamaan, komunitas UMK, dan pendamping PPH perlu terlibat dalam komunikasi kebijakan. Kolaborasi ini dapat memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan kepercayaan pelaku usaha.

Tantangan Implementasi Sertifikasi Halal

Tantangan pertama adalah kompleksitas pesan kebijakan. Sertifikasi halal melibatkan banyak istilah teknis, seperti BPJPH, LPH, MUI, fatwa halal, pendamping PPH, SIHALAL, skema reguler, dan skema *self-declare*. Istilah tersebut dapat membingungkan pelaku UMK apabila tidak dijelaskan dengan bahasa sederhana.

Tantangan kedua adalah rendahnya literasi halal. Sebagian pelaku usaha belum memahami hubungan antara bahan, proses produksi, dan status halal produk. Mereka juga belum selalu memahami bahwa halal tidak hanya berkaitan dengan bahan utama, tetapi juga bahan tambahan, alat produksi, kemasan, dan proses distribusi.

Tantangan ketiga adalah kesenjangan akses digital. Pelaku usaha yang terbiasa menggunakan teknologi dapat lebih mudah mengikuti proses sertifikasi. Sebaliknya, pelaku usaha yang belum memiliki perangkat, jaringan, atau kemampuan digital membutuhkan pendampingan lebih intensif.

Tantangan keempat adalah belum meratanya pendampingan. Pendamping PPH memiliki peran penting sebagai komunikator lapangan. Namun, efektivitas pendampingan sangat bergantung pada jumlah pendamping, kompetensi komunikasi, jangkauan wilayah, dan dukungan kelembagaan.

Tantangan kelima adalah persepsi biaya dan beban administrasi. Meskipun terdapat program sertifikasi halal gratis, tidak semua pelaku usaha memahami syarat dan alur program tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa program fasilitasi perlu dikomunikasikan secara lebih luas dan berulang.

KESIMPULAN

Komunikasi kebijakan sertifikasi halal memiliki peran penting dalam membentuk literasi, kesadaran, dan kepatuhan pelaku usaha. Sertifikasi halal dalam kajian Islam kontemporer tidak hanya menjadi kewajiban administratif, tetapi juga menjadi instrumen perlindungan konsumen muslim, penerapan nilai syariah, dan penguatan etika bisnis. QS. al-Baqarah [2]: 168 dan QS. al-Ma'idah [5]: 88 menegaskan pentingnya konsumsi yang halal dan baik. Kedua ayat tersebut memperkuat posisi sertifikasi halal sebagai mekanisme modern untuk menjaga kepastian produk, kualitas konsumsi, dan tanggung jawab pelaku usaha.

Hasil kajian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki peluang besar dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, daya saing UMK, dan ekosistem ekonomi halal. Namun, implementasinya masih menghadapi tantangan berupa rendahnya literasi halal, kompleksitas prosedur, kesenjangan digital, persepsi biaya, dan belum meratanya pendampingan. Oleh karena itu, pemerintah dan pemangku kepentingan perlu memperkuat komunikasi kebijakan melalui media sosial, sosialisasi langsung, pendampingan teknis, panduan visual, dan kolaborasi lintas lembaga.

Implikasi akademik artikel ini adalah perlunya pengembangan kajian komunikasi kebijakan halal yang lebih spesifik dan berbasis data lapangan. Implikasi praktisnya adalah perlunya strategi komunikasi yang sederhana, konsisten, partisipatif, dan sesuai kebutuhan pelaku usaha. Keterbatasan artikel ini terletak pada penggunaan data sekunder. Penelitian berikutnya dapat menggunakan wawancara, survei, observasi, atau analisis konten media sosial untuk menguji model konseptual yang ditawarkan.

REFERENSI

- Akbar, G. R., & Rohman, I. K. (2023). Analysis of the impact of halal certificate on the performance of micro and small enterprises with the propensity score matching method. *Journal of Strategic and Global Studies*, 6(1). <https://doi.org/10.7454/jsgs.v6i1.1108>
- Arifin, R. (2020). Legal analysis of halal product guarantee for development of small and medium enterprises business in Indonesia. *Jurnal Hukum Islam*, 18(1), 121-136. <https://doi.org/10.28918/jhi.v18i1.2693>
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2024). *Phasing period ends, halal certification obligation takes effect starting October 18, 2024*. BPJPH. <https://bpjph.halal.go.id/en/detail/phasing-period-ends-halal-certification-obligation-takes-effect-starting-october-18-2024/>
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2025). *BPJPH buka kuota 1 juta sertifikasi halal gratis tahun 2025 bagi pelaku UMK*. BPJPH. <https://bpjph.halal.go.id/detail/bpjph-buka-kuota-1-juta-sertifikasi-halal-gratis-tahun-2025-bagi-pelaku-umk/>
- Djakasaputra, A., Juliana, Aditi, B., Fachrurazi, & Mas'ad, M. A. (2023). The influence

- of halal certification, halal awareness, and brand image on interest in buying halal food products: An empirical study of consumers in Indonesia. *International Journal of Islamic Business and Economics*, 7(2), 103-115. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v7i2.2003>
- Djamaluddin, M., Darajat, D. M., & Rahmi, C. (2024). Strategi komunikasi publik Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal dalam sosialisasi sertifikasi halal di media sosial. *Dakwah: Jurnal Dakwah dan Kemasyarakatan*, 28(1), 13-24.
- Djunaidi, M., Oktavia, C. B. A., Fitriadi, R., & Setiawan, E. (2021). Perception and consumer behavior of halal product toward purchase decision in Indonesia. *Jurnal Teknik Industri*, 22(2), 171-184. <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol22.no2.171-184>
- Fathoni, M. A. (2024). Exploring halal certification literacy measurement for MSMEs. *Review of Islamic Economics and Finance*. <https://ejournal.upi.edu/index.php/rief/article/view/73607>
- Hidayat, M. T., & Witta, S. R. (2024). Halal certification and implications for MSMEs: A systematic literature review. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 3(1), 151-166. <https://doi.org/10.14421/jbmib.v3i1.2373>
- Hidayati, I. (2024). Assistance for micro entrepreneurs to obtain halal certification in Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jpm/article/view/1758>
- Ikhwan, I. (2024). Systematic review on Indonesia halal certification. *Ekonomi Islam Indonesia*, 6(2). <https://doi.org/10.58968/eii.v6i2.554>
- Ismail, M., & Kornitasari, Y. (2022). Socialization of halal certification to develop MSEs: Case study in Jabung, Malang Regency. *Journal of Interdisciplinary Socio-Economic and Community Study*, 2(2), 86-92. <https://doi.org/10.21776/jiscos.02.02.04>
- Jamaluddin, J., Hidayatulloh, H., Zaini, A., & Sanawi, S. (2022). The problems of implementing halal certification through the self-declaration program for MSMEs in Indonesia: A case study. *International Journal of Advances in Social and Economics*, 4(1), 30-36. <https://doi.org/10.33122/ijase.v4i1.221>
- Jannah, S. M., & Al-Banna, H. (2021). Halal awareness and halal traceability: Muslim consumers' and entrepreneurs' perspectives. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(2), 285-316. <https://doi.org/10.21098/jimf.v7i2.1328>
- Jubaedah, D., Nor, M. R. M., Taeali, A., Putra, H. M., Jauhari, M. A., & Aniq, A. F. (2023). Halal certification in Indonesia: Study of Law Number 6 of 2023 on Job Creation. *Jurisdictie: Jurnal Hukum dan Syariah*, 14(1). <https://doi.org/10.18860/j.v14i1.19948>
- Karyani, E., Geraldina, I., Haque, M. G., & Zahir, A. (2024). Intention to adopt a blockchain-based halal certification: Indonesia consumers and regulatory perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 15(7), 1766-1782. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2023-0069>
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan terjemahannya*. Lajnah

- Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Ma'arif, A. S. (2024). Enhancing MSMEs growth through halal product certification: A Jasser Auda's maqasid syari'ah approach. *Journal of Islamic Economic Studies*. <https://repository.uin-malang.ac.id/23210/>
- Naldo, J., Ismail, Nurhudawi, Kamaruddin, & Hutagalung, S. A. (2025). Halal certification issues-solutions in Indonesian MSMEs. *Islamic Economics Journal*. <https://ejournal.uinbukittinggi.ac.id/febi/article/view/9163>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., et al. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.
- Pratikto, H., Agustina, Y., & Kiranawati, T. M. (2023). The influence of various factors on MSME halal certification behavior: An analysis with intention as an intervening variable. *International Journal of Professional Business Review*, 8(9), e3444. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i9.3444>
- Rofi'ah, K., Safira, M. E., & Rosele, M. I. (2024). The effectiveness of accelerating halal product certification: Regulations and companions. *Journal of Human Rights, Culture and Legal System*, 4(2). <https://doi.org/10.53955/jhcls.v4i2.203>
- Sasmita, C., et al. (2025). Literasi pelaku usaha terhadap kewajiban sertifikasi halal. *Jurnal Agribisnis*. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JAB/article/view/10990>
- Septiani, D., & Ridlwani, A. A. (2020). The effects of halal certification and halal awareness on purchase intention of halal food products in Indonesia. *Indonesian Journal of Halal Research*, 2(2), 55-60.
- Sofiana, R., Utama, S., & Rohim, A. (2021). The problems of halal certification regarding consumer protection in Malaysia and Indonesia. *Journal of Human Rights, Culture and Legal System*, 1(3), 180-183. <https://doi.org/10.53955/jhcls.v1i3.16>
- Suganda, A. R., et al. (2024). Analisis pemahaman masyarakat terhadap kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku UMK. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*.
- Sudarmiatin, S., Anam, F. K., & Wafaretta, V. (2020). The intention of halal certification by micro business. *KnE Social Sciences*, 141-155.
- Supriyadi, S., Aulia, R., Nubahai, L., Rahman, R. A., & Mohamed, R. (2024). Legal effectiveness of halal product certification in improving business economics in Indonesia and Malaysia. *Al-Ahkam*, 34(1), 193-220.
- Umami, M., Nada, S., & Anisa, N. L. (2023). Implementation halal product certification through self-declare program for MSEs products in Cirebon Regency. *Journal of Community Service and Empowerment*, 4(2), 300-307.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.