

Al-Abqori

Journal of Islamic Thought Studies

Research Article

Implementasi Kebijakan Percepatan Sertifikasi Halal Dalam Rangka Peningkatan Daya Saing Industri Halal Indonesia

Najla Shafaa Kamila¹, Refani Nafi Sara², Deva Sukmawati³, Moh. Az Fahani Zain⁴, Ersya Faraby⁵

1. Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; 220721100228@student.trunojoyo.ac.id
2. Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; 220721100081@student.trunojoyo.ac.id
3. Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; 220721100038@student.trunojoyo.ac.id
4. Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; 220721100125@student.trunojoyo.ac.id
5. Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; ersya.faraby@trunojoyo.ac.id

Copyright © 2025 by Authors, Published by **Al-Abqori: Journal of Islamic Thought Studies**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : September 17, 2025
Accepted : November 13, 2025

Revised : October 15, 2025
Available online : December 15, 2025

How to Cite: Najla Shafaa Kamila, Refani Nafi Sara, Deva Sukmawati, Moh. Az Fahani Zain, & Ersya Faraby. (2025). Implementation of the Halal Certification Acceleration Policy to Increase the Competitiveness of the Indonesian Halal Industry. *Al-Abqori: Journal of Islamic Thought Studies*, 1(4), 240-250. <https://doi.org/10.61166/abqori.v1i4.38>

Implementation of the Halal Certification Acceleration Policy to Increase the Competitiveness of the Indonesian Halal Industry

Abstract. Indonesia aspires to become the world's leading producer and exporter of halal products, but the implementation of policies to accelerate halal certification still faces various challenges, especially among UMKM. The main obstacles include limited resources, low halal literacy, certification costs, and a process that is considered complicated. As a result, Indonesia remains a major importer of halal products despite its high domestic and global market potential. This study aims to analyze the

implementation of the halal certification acceleration policy in order to improve the competitiveness of the halal industry in Indonesia. The method used is qualitative with a literature review approach based on secondary data. The results of the study show that the acceleration of certification is not fully proportional to the increase in the competitiveness of Indonesian halal product exports.

Keywords: Regulatory Implementation, Halal Certification, Halal Industry, Competitiveness

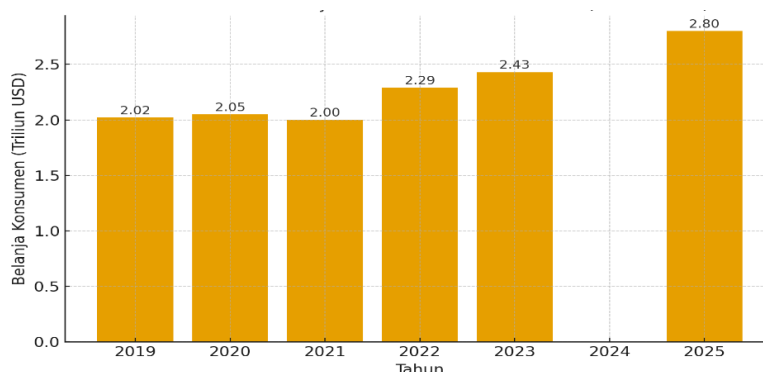
Abstrak. Indonesia berambisi menjadi produsen dan eksportir utama produk halal dunia, namun implementasi kebijakan percepatan sertifikasi halal masih menghadapi berbagai tantangan, terutama di kalangan UMKM. Kendala utama meliputi keterbatasan sumber daya, literasi halal yang rendah, biaya sertifikasi, serta proses yang dinilai rumit. Akibatnya, Indonesia masih menjadi importir besar produk halal meskipun memiliki potensi pasar domestik dan global yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi kebijakan percepatan sertifikat halal dalam rangka meningkatkan daya saing industri halal di Indonesia. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan literature review berdasarkan data sekunder. Hasil kajian menunjukkan bahwa percepatan sertifikasi belum sepenuhnya berbanding lurus dengan peningkatan daya saing ekspor produk halal Indonesia.

Kata Kunci: Implementasi Regulasi, Sertifikasi Halal, Industri Halal, Daya Saing

PENDAHULUAN

Indonesia, dengan populasi Muslim terbesar di dunia dan pasar domestik yang masif, berupaya bertransformasi dari konsumen menjadi produsen dan eksportir utama halal global dengan mengandalkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang mewajibkan sertifikasi bagi semua produk. Pemerintah telah meluncurkan program percepatan, terutama untuk UMKM, melalui skema *self-declare* dan digitalisasi untuk melindungi konsumen sekaligus meningkatkan daya saing (Utari, 2024). Meskipun Indonesia berpotensi besar dalam industri halal global, implementasi kebijakan sertifikasi halal masih menghadapi tantangan signifikan, terutama di kalangan UMKM, berupa keterbatasan kapasitas, rendahnya literasi halal, masalah biaya, kerumitan proses, dan kurangnya pemahaman teknologi, yang pada akhirnya menciptakan kesenjangan antara peningkatan jumlah sertifikat dengan daya saing ekspor Indonesia yang masih tertinggal di pasar global. Ironisnya, di tengah peningkatan pesat belanja konsumen Muslim dunia yang terus tumbuh dari sekitar USD 2,02 triliun pada tahun 2019 menjadi USD 2,43 triliun pada tahun 2023, dan bahkan diproyeksikan mencapai USD 2,8 triliun pada tahun 2025 (State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024), Indonesia justru masih menempati posisi sebagai salah satu importir produk halal terbesar di dunia.

Gambar 1. Pertumbuhan Belanja Konsumen Muslim Dunia Tahun 2019–2025



Sumber: *State of the Global Islamic Economy Report 2024*

Pada grafik di atas menunjukkan bahwa pertumbuhan pengeluaran konsumen Muslim global pada tahun 2019 dan 2020, nilai pengeluaran tetap relatif stabil di sekitar USD 2,02 triliun. Hal ini disebabkan karena sebelum pandemi COVID-19, kondisi ekonomi global masih normal, dan dampak pandemi belum sepenuhnya dirasakan pada tahun 2020. Namun, terjadi penurunan yang signifikan pada tahun 2021 akibat dampak langsung pandemi, yang menghambat mobilitas, mengurangi pendapatan komunitas, dan mengganggu industri penting seperti Umrah, Haji, dan pariwisata halal. Selain itu, pengeluaran konsumen Muslim kembali meningkat pada tahun 2023 untuk mencapai USD 2,43 triliun seiring dengan pemulihan aktivitas ekonomi, peningkatan kesadaran publik tentang produk halal, dan berlanjutnya kegiatan keagamaan. Sementara itu, tidak ada laporan resmi pada tahun 2024. Untuk tahun 2025, diperkirakan akan terjadi peningkatan hingga mencapai USD 2,8 triliun, menunjukkan optimisme terhadap perluasan industri halal global, didorong oleh meningkatnya jumlah Muslim muda yang konsumtif.

Import produk halal Indonesia mencapai miliaran dolar, menunjukkan ketergantungan yang tinggi pada produk luar negeri (Ali, 2021). Di sisi lain, data dari BPJPH per awal tahun 2024 menunjukkan peningkatan signifikan jumlah produk bersertifikat halal sejak program percepatan digulirkan, dengan lebih dari 2 juta produk telah menerima sertifikat. Akan tetapi, angka ini masih jauh dari total jumlah UMKM di Indonesia yang diperkirakan oleh Kementerian Koperasi dan UKM mencapai lebih dari 64 juta unit. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha, terutama di level mikro dan kecil, belum tersentuh oleh kewajiban sertifikasi halal, yang berpotensi menghambat daya saing mereka saat kebijakan ini diberlakukan secara penuh.

Implementasi kebijakan publik sering dianalisis menggunakan model-model klasik seperti model George C. Edwards III (1980) yang menekankan pada empat variabel krusial: komunikasi, sumber daya, disposisi (sikap pelaksana), dan struktur birokrasi. Dalam konteks kebijakan percepatan sertifikasi halal, model ini relevan untuk menganalisis efektivitas penyampaian informasi, alokasi anggaran dan SDM, komitmen BPJPH, serta koordinasi antar lembaga (Raharjo, 2020). Namun, teori

implementasi kebijakan konvensional sering kali kurang memberikan penekanan pada aspek sosio-religius dan dinamika pasar yang unik dalam kebijakan berbasis keyakinan seperti sertifikasi halal. Terdapat celah teoretis dalam menjelaskan bagaimana faktor legitimasi keagamaan (peran ulama), adaptasi teknologi digital dalam birokrasi (sistem SIHALAL), dan tekanan kompetisi pasar global secara simultan memengaruhi keberhasilan implementasi kebijakan "percepatan" yang bersifat *top-down* namun menysasar pelaku usaha *grass roots* yang sangat heterogen (Wilson, 2021).

Penelitian sebelumnya telah banyak mengkaji isu sertifikasi halal di Indonesia. Beberapa studi berfokus pada tantangan yang dihadapi UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal sebelum era BPJPH, seperti biaya tinggi dan prosedur yang rumit di bawah LPPOM MUI (Hidayat, 2021). Studi internasional cenderung menyoroti dampak sertifikasi halal terhadap kinerja ekspor dan kepercayaan konsumen secara umum. Penelitian terdahulu telah mengidentifikasi kerangka regulasi yang berubah menciptakan kesenjangan (*gap*) dalam literatur, karena penelitian yang ada masih terbatas dalam menganalisis secara spesifik efektivitas dan dampak langsung kebijakan percepatan yang diinisiasi BPJPH pasca-transformasi regulasi. Kekosongan ini mencakup bagaimana program akselerasi terbaru, seperti SEHATI, benar-benar diimplementasikan di lapangan dan apa dampak nyatanya terhadap daya saing UMKM dalam konteks mendekatnya kewajiban penuh (*mandatory*) sertifikasi, sehingga menyiratkan perlunya penelitian lanjutan untuk menguji efektivitas kebijakan *top-down* ini di tingkat praktik (Putri, 2023).

Penelitian ini memiliki urgensi substansial dalam mengkaji implementasi kebijakan percepatan sertifikasi halal di Indonesia, mengingat peran strategisnya dalam memperkuat kepercayaan konsumen, meningkatkan daya saing ekonomi, serta mendukung ambisi nasional sebagai Pusat Industri Halal Dunia. Meskipun data menunjukkan peningkatan jumlah sertifikat halal, daya saing ekspor Indonesia masih belum sebanding dengan potensi pasar global. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pentingnya evaluasi mendalam terhadap efektivitas kebijakan dan proses digitalisasi sertifikasi halal, termasuk pemanfaatan inovasi teknologi seperti sistem *self-declare* dan *blockchain* guna memperkuat transparansi, akuntabilitas, serta efisiensi proses sertifikasi. Selain itu, penelitian ini menyoroti aspek *inklusivitas* dengan menekankan perlunya kebijakan yang mampu mengurangi hambatan struktural bagi pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK), yang kerap menghadapi beban administratif dan biaya tinggi dalam proses sertifikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi kebijakan percepatan sertifikasi halal dalam rangka peningkatan daya saing industri halal Indonesia.

KAJIAN TEORITIK

Konsep Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan pengakuan hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh lembaga berwenang. Sertifikasi halal berfungsi sebagai bentuk perlindungan konsumen Muslim dari produk haram sekaligus sebagai

instrumen ekonomi strategis dalam meningkatkan kepercayaan pasar domestik maupun internasional (Hasan, 2018).

Di Indonesia, penyelenggaraan sertifikasi halal diatur melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH, 2014). Pelaksanaannya berada di bawah tanggung jawab Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang bekerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Kebijakan percepatan sertifikasi halal meliputi pemberian sertifikasi halal gratis (SEHATI), penerapan mekanisme *self declare* bagi UMKM, digitalisasi layanan melalui Sistem Informasi Halal (SIHALAL), penyederhanaan prosedur sertifikasi, pendampingan Proses Produk Halal (PPH), serta kolaborasi pemerintah dengan berbagai lembaga untuk mempercepat dan mempermudah penerbitan sertifikat halal (BPJPH, 2023).

Daya saing suatu industri ditentukan oleh kemampuan berinovasi dan produktivitas yang tinggi (Porter, 1990). Dalam konteks industri halal, daya saing tidak hanya diukur dari aspek kualitas produk, tetapi juga dari jaminan kehalalan dan kecepatan proses sertifikasi. Sertifikasi halal yang cepat dan kredibel meningkatkan nilai tambah serta kepercayaan konsumen terhadap produk Indonesia di pasar global.

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar memiliki potensi besar dalam pengembangan industri halal. Namun, tantangan utama masih terdapat pada biaya sertifikasi yang tinggi, keterbatasan auditor halal, rendahnya literasi halal, serta koordinasi antar lembaga yang belum optimal (BPJPH, 2023). Oleh karena itu, kebijakan percepatan sertifikasi halal menjadi salah satu strategi penting untuk memperbaiki ekosistem industri halal nasional.

Hubungan Implementasi Kebijakan dengan Daya Saing Industri Halal

Secara konseptual, implementasi kebijakan percepatan sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap peningkatan daya saing industri halal nasional. Ketika proses sertifikasi menjadi lebih cepat dan mudah diakses, jumlah produk bersertifikat halal akan meningkat. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga memperluas akses ekspor ke pasar halal global (Azis dkk, 2024).

Kebijakan ini juga memiliki dimensi strategis dalam mendorong transformasi ekonomi berbasis nilai-nilai syariah. Dengan meningkatnya jumlah produk bersertifikat halal, Indonesia dapat memperkuat posisinya dalam rantai pasok industri halal dunia dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan.

Kajian Pustaka

Perspektif Pro Kebijakan: Menekankan Manfaat dan Peran Kelembagaan Kajian ini melihat sertifikasi bukan hanya sebagai kepatuhan agama, tetapi juga sebagai keunggulan kompetitif.

1. Sertifikasi sebagai Pendorong Daya Saing dan Nilai Produk:

Penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal secara langsung berkontribusi pada peningkatan nilai tambah produk dan daya saing di pasar, khususnya bagi Usaha Mikro dan Kecil (UMKM). Muntholip dkk. (2025) menyimpulkan bahwa sertifikasi

secara substansial mampu meningkatkan nilai produk, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing UMKM. Selain itu, secara global, Wilson (2021) menganggap sertifikasi halal sebagai instrumen strategis untuk *branding* dan meningkatkan nilai produk di pasar internasional.

2. Peningkatan Kepercayaan Konsumen dan Peran BPJPH:

Dari aspek sosial dan agama, sertifikasi meningkatkan rasa aman dan nyaman bagi komunitas Muslim. Elwardah dkk. (2024) secara spesifik menyatakan bahwa sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen dan berkontribusi pada perkembangan serta keberhasilan industri. Peran sentral Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) juga ditekankan, dengan Rahardjo (2020) menyoroti bahwa BPJPH berperan sentral dalam akselerasi dan koordinasi antar lembaga demi terwujudnya ekosistem halal nasional.

Perspektif Kritis/Kontra Kebijakan: Menyoroti Hambatan dan Kesenjangan Implementasi. Peneliti menyoroti bahwa meskipun ada percepatan jumlah sertifikat, hambatan struktural dan pelaksanaan di lapangan masih menjadi masalah serius.

1. Hambatan Biaya, Prosedur, dan Kapasitas UMKM:

Tantangan implementasi yang paling konsisten disoroti adalah kesulitan yang dihadapi UMKM. Firmansyah & Hidayat (2021) menyoroti masalah biaya tinggi dan prosedur rumit sebagai hambatan utama bagi UMKM, bahkan setelah transformasi regulasi. Hal ini diperparah dengan keterbatasan kapasitas, rendahnya literasi halal, dan kurangnya pemahaman teknologi di kalangan pelaku usaha mikro dan kecil.

2. Kesenjangan Efektivitas dan Penegakan Kebijakan:

Terdapat kritik mengenai efektivitas kebijakan *top-down* dan penegakan hukumnya. Putri, Anisa, & Vina (2023) menunjukkan perlunya evaluasi mendalam karena kebijakan *top-down* mungkin belum efektif di tingkat praktik. Secara lebih tajam, Utari & Tsuroyyah (2024) mengindikasikan bahwa penegakan kewajiban sertifikasi (*mandatory*) belum efektif, dan pelaku usaha masih mengabaikannya tanpa pengawasan ketat, yang mencerminkan tantangan dalam variabel disposisi dan struktur birokrasi implementasi. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah sertifikat belum sepenuhnya berbanding lurus dengan peningkatan daya saing ekspor Indonesia di pasar global

Tabel. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul	Metode /Analisis	Hasil Kunci	Relevansi dan Kesenjangan (Gap)
1	Firmansyah & Hidayat (2021), <i>Tantangan Implementasi UU JPH bagi UMKM di Indonesia.</i>	Kualitatif /Deskriptif	Menyoroti masalah biaya tinggi dan prosedur rumit di bawah LPPOM MUI sebagai hambatan utama UMKM.	Relevan pada tantangan UMKM. Gap: Belum spesifik menganalisis efektivitas kebijakan percepatan (BPJPH) dan dampaknya pada daya saing ekspor.

No	Nama dan Judul	Metode /Analisis	Hasil Kunci	Relevansi dan Kesenjangan (Gap)
2	Rahardjo (2020), <i>Peran BPJPH dalam Akselerasi Ekosistem Halal Nasional.</i>	Deskriptif	BPJPH berperan sentral dalam akselerasi dan koordinasi antar lembaga.	Relevan pada peran BPJPH dan model Edwards III. Gap: Fokus pada <i>proses</i> , belum pada dampak akhir (ekspor) di tengah paradoks sertifikat-daya saing.
3	Putri, Anisa, & Vina (2023), <i>Kajian Literatur: Manajemen Bisnis Halal Berbasis Syariah dalam Perekonomian Global.</i>	Literature Review	Menyoroti perlunya evaluasi mendalam terhadap efektivitas kebijakan <i>top-down</i> dan dampaknya pada daya saing UMKM.	Relevan pada perlunya evaluasi. Gap: Menyiratkan perlunya penelitian lanjutan untuk menguji efektivitas kebijakan <i>top-down</i> BPJPH di tingkat praktik.
4	Muntholip dkk. (2025), <i>Sertifikasi Halal dan Daya Saing UMKM di Indonesia.</i>	Systematic Literature Review	Sertifikasi halal meningkatkan nilai produk, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing UMKM.	Relevan pada hubungan sertifikasi dan daya saing. Gap: Kurang menganalisis kesenjangan kuantitas (2 juta vs 64 juta UMKM) dan hambatan struktural yang masih menghambat daya saing ekspor nasional.
5	Elwardah dkk. (2024), <i>Pengaruh Sertifikasi Halal, Pemasaran Produk Halal, dan Kepuasan.</i>	Kuantitatif /Regresi	Sertifikasi Halal meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal dan berkontribusi pada keberhasilan industri.	Relevan pada dampak positif sertifikasi terhadap <i>kepercayaan konsumen</i> . Gap: Tidak mengaitkan secara langsung proses <i>percepatan</i> sertifikasi dengan daya saing ekspor atau mengatasi tantangan UMKM.
6	Utari & Tsuroyyah (2024), <i>Implementatio n of Halal</i>	Kualitatif /Studi Kasus	Pelaku usaha cenderung mengabaikan kewajiban sertifikasi tanpa pengawasan	Gap: Mengindikasikan masalah <i>disposisi</i> pelaksana dan <i>struktur birokrasi</i> yang kurang dalam penegakan

No	Nama dan Judul	Metode /Analisis	Hasil Kunci	Relevansi dan Kesenjangan (Gap)
	<i>Product Guarantee Through Halal Certification on Cosmetic Products in Indonesia.</i>		ketat, menunjukkan bahwa <i>mandatory</i> (kewajiban penuh) belum efektif.	hukum kewajiban sertifikasi.
7	Wilson (2021), <i>Mainstreaming the Halal Market: Branding and Marketing a New Global Product.</i>	Konseptual /Analisis Pemasaran	Sertifikasi halal menjadi instrumen strategis untuk <i>branding</i> dan meningkatkan nilai produk di pasar global.	Relevan pada dampak ekspor/global sertifikasi. Gap: Bersifat global, tidak spesifik membahas tantangan implementasi kebijakan percepatan BPJPH di tingkat <i>grassroots</i> Indonesia.
8	Fikri Azzahar (2025), <i>Sertifikasi Halal Dan Strategi Pemasaran Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia.</i>	Literatur Review	Sertifikasi halal penting untuk perlindungan konsumen Muslim dan strategi pemasaran.	Relevan pada perlindungan konsumen dan urgensi sertifikasi. Gap: Tidak secara khusus menganalisis keberhasilan atau kegagalan program <i>percepatan</i> yang diinisiasi pemerintah.
9	Ali & Ndubisi (2021), <i>Halal Integrity in the Food Supply Chain: A Literature Review.</i>	Literature Review	Menyoroti pentingnya <i>halal integrity</i> (integritas halal) di seluruh rantai pasok.	Relevan pada dimensi teknis dan manajerial di rantai pasok. Gap: Tidak berfokus pada implementasi kebijakan pemerintah atau masalah biaya/literasi UMKM.

Sumber: Beberapa Sumber, diolah (2025).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *literature review* untuk menganalisis implementasi kebijakan percepatan sertifikasi halal dalam meningkatkan daya saing industri halal di Indonesia. Data diperoleh dari data sekunder seperti jurnal ilmiah, laman BPJPH, dan Kementerian Agama, serta publikasi akademik nasional dan internasional melalui basis data *Google Scholar*. Analisis dilakukan secara tematik, terstruktur, dan analitis. Teknik ini memastikan hasil kajian

pustaka tidak hanya berupa ringkasan, tetapi sudah menjadi analisis yang matang dan menjawab tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk yang ada di Indonesia sangat bervariasi, mencakup barang-barang baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Untuk membantu konsumen dalam memilih produk yang sesuai, label halal harus dicantumkan pada setiap produk. Oleh karena itu, penting untuk memiliki sertifikasi dan pelabelan produk untuk memastikan kualitas halal bagi masyarakat, terutama bagi umat Muslim (Azzahar, 2025). Sertifikasi halal sangat penting untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum makanan Islam dan standar etika, yang meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal. Di Indonesia, lembaga seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengawasi proses sertifikasi halal dengan memberikan sertifikat untuk produk yang memenuhi syarat yang ditetapkan. Proses sertifikasi ini, yang dikelola oleh organisasi seperti MUI, tidak hanya memastikan kepatuhan terhadap standar halal, tetapi juga berkontribusi pada perkembangan dan keberhasilan industri halal di negara ini dan sekitarnya (Elwardah dkk, 2024).

Kewajiban sertifikasi halal sesuai dengan UU JPH mulai dilaksanakan tanggal 17 Oktober 2019. Perlu adanya sinergi antara Pemerintah, pelaku usaha, serta masyarakat untuk mewujudkan jaminan halal atas produk yang diperjualbelikan. Dengan begitu Pemerintah telah melaksanakan tugasnya dalam memberi jaminan halal kepada warganya. Pelaku usaha juga dapat memperluas target pasarnya, meningkatkan daya saing, meningkatkan omset produksi dan penjualan, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk.

UMKM memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Namun, meskipun peranannya sangat besar, UMKM sering kali menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, keterbatasan dalam akses ke pasar yang lebih luas, dan kesulitan dalam memenuhi standar kualitas yang diinginkan oleh pasar global. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing produk UMKM adalah dengan memperoleh sertifikasi halal. Dengan adanya sertifikasi halal, UMKM dapat memenuhi salah satu persyaratan pasar yang berkembang, baik di dalam negeri maupun pasar internasional, yang semakin memperhatikan standar halal dalam konsumsi produk mereka (Muntholip dkk, 2025).

Selain itu, industri halal telah berkembang menjadi pendorong signifikan bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Permintaan produk halal yang terus meningkat berkontribusi terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, terutama di sektor makanan, minuman, kosmetik, dan farmasi (K.A. Indonesia, 2019). Pemerintah pun menunjukkan komitmen kuat terhadap pengembangan sektor ini melalui pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai otoritas tunggal dalam proses sertifikasi halal di Indonesia sesuai amanat UU No. 33 Tahun 2014.

Berdasarkan temuan analisis, dapat dikatakan bahwa penerapan sertifikasi halal di Indonesia memiliki berbagai dampak, termasuk dampak sosial, agama, dan ekonomi. Dari segi ekonomi, peraturan sertifikasi halal memberikan banyak peluang

bagi perusahaan terutama UMKM untuk meningkatkan nilai produk mereka. Produk yang memiliki sertifikasi halal dijamin halal, memiliki nilai pasar yang lebih tinggi, dan dapat bersaing di pasar global di mana pertimbangan halal semakin penting. Dari sudut pandang sosial dan agama, peraturan ini meningkatkan rasa aman dan nyaman bagi komunitas Muslim saat menggunakan barang-barang sehari-hari.

Selain itu, sertifikasi halal menunjukkan komitmen negara dalam menjamin kebebasan beragama dan penerapan hukum Islam di ruang publik, serta perlindungan konsumen Muslim. Kehadiran BPJPH sebagai lembaga pemerintah yang mengatur sertifikasi halal menunjukkan adanya transformasi kelembagaan dari sistem berbasis ormas (MUI) menuju sistem yang lebih terintegrasi secara nasional. Namun, tantangan masih ada, terutama pada aspek implementasi di tingkat UMKM. Banyak pelaku usaha kecil yang belum mampu mengakses proses sertifikasi karena faktor biaya, kurangnya pengetahuan, dan minimnya pendampingan teknis.

Oleh karena itu, kerja sama aktif antara pemerintah, lembaga sertifikasi, pelaku usaha, dan masyarakat sangat penting untuk kesuksesan sistem jaminan produk halal di Indonesia. Agar semua lapisan masyarakat dapat berkontribusi dalam mewujudkan ekosistem sektor halal yang inklusif dan kompetitif secara global, masih diperlukan upaya lebih lanjut di bidang pendidikan, dukungan, dan subsidi sertifikasi bagi UMKM.

KESIMPULAN

Kebijakan percepatan sertifikasi halal di Indonesia merupakan langkah strategis yang dilakukan pemerintah melalui penyederhanaan prosedur, pemberian sertifikasi halal gratis (SEHATI), penerapan mekanisme self declare bagi UMKM, digitalisasi layanan melalui SIHALAL, pendampingan Proses Produk Halal (PPH), serta kolaborasi lintas lembaga yang bertujuan mempercepat dan mempermudah penerbitan sertifikat halal. Kebijakan ini terbukti meningkatkan daya saing industri halal nasional, mempermudah UMKM dalam memperoleh sertifikat dengan cepat, dan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk halal. Meskipun masih terdapat kendala seperti kurangnya pemahaman pelaku usaha dan beberapa proses yang masih memerlukan penyesuaian, percepatan sertifikasi halal tetap menjadi upaya penting dalam menjaga kualitas produk, memperluas akses pasar global, dan mendorong pertumbuhan ekonomi halal Indonesia secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A., & Ndubisi, N. O. (2021). Halal integrity in the food supply chain: A literature review. *Trends in Food Science & Technology*, 108, 1-12.
- Aziz, I. S., Zakaria, A., & Novita, N. (2024). *Dampak Eksistensi Sertifikasi Halal pada Keunggulan Kompetitif UMKM*. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). 2023.

- D N N Utari and N K Tsurayyah, "Implementation of Halal Product Guarantee Throught Halal Certification on Cosmetic Products in Indonesia," *ASEAN Journal of Halal Study* 1, no. 2 (2024), <https://doi.org/10.26740/ajhs.vii2.35528>.
- DinarStandard. 2020–2024. State of the Global Islamic Economy Report. (Sumber data utama yang digunakan untuk menggambarkan pertumbuhan pasar Muslim global).
- Dye, T. R. (2013). *Understanding Public Policy* (14th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Edwards III, George C. 1980. *Implementing Public Policy*. Washington D.C.: Congressional Quarterly Press.
- Firmansyah, A., & Hidayat, R. (2021). Tantangan Implementasi Undang-Undang Jaminan Produk Halal (JPH) bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum*, 8(2), 112-125.
- Elwardah, K., Yusniar, Permatasari, S., Harto, B., & Solapari, N. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal , Pemasaran Produk Halal , dan Kepuasan. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 03(05), 658–669.
- Fikri Azzahar, K. (2025). Sertifikasi Halal Dan Strategi Pemasaran Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia. *J-EBI Jurnal Ekonomi Bisnis Islam*, 4(01), 58–73. <https://doi.org/10.57210/j-ebi4015>
- Muntholip, A., Setiawan, N., & Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Al Rosyid Bojonegoro, S. (2025). JUMANSI : Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi Medan Sertifikasi Halal dan Daya Saing UMKM di Indonesia: Studi Systematic Literature Review Afiliation. *JUMANSI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 7(1), 26–38. <https://jurnal.itscience.org/index.php/jumansi>
- Hasan, A. (2018). *Manajemen Bisnis Syariah: Prinsip dan Implementasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kementerian Koperasi dan UKM.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Putri karina, Nur Anisa, & Rahmada Fitri Vina. (2023). Kajian Literatur: Manajemen Bisnis Halal Berbasis Syariah Dalam Perekonomian Global. *Jurnal Agama, Sosial Dan Budaya*, 1, 847–859.
- Rahardjo, S. (2020). Peran Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dalam Akselerasi Ekosistem Halal Nasional. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 12(2), 203-220.
- State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024. (Laporan yang memuat proyeksi belanja umat Muslim dunia mencapai USD 2.8 triliun pada tahun 2025).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. (2014). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 295. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Van Meter, D. S., & Van Horn, C. E. (1975). The Policy Implementation Process: A Conceptual Framework. *Administration & Society*, 6(4), 445–488.
- Wilson, J. A. J. (2021). Mainstreaming the Halal Market: Branding and Marketing a New Global Product. *Journal of Consumer Culture*, 21(1), 123-140