Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 6 Nomor 4 Juli 2025
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1478-1497

PENTINGNYA SERTIFIKASI HALAL DALAM PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Sapinah[1], Nasrullah bin Sapa[2], Cut Muthiadin[3]
Universitas Patompo[1]
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar[2,3]
Email: sapinah.pinah@unpatompo.ac.id [1] , nasrullah.sapa@uin-alauddin.ac.id[2], cutmuthiadin@uin-alauddin.ac.id[3]

Abstrak
Pertumbuhan populasi Muslim global dan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap nilai-nilai etika, kebersihan, dan keberlanjutan telah mendorong permintaan terhadap produk halal secara signifikan. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji urgensi sertifikasi halal dalam perdagangan internasional, baik dari perspektif ekonomi Islam maupun dinamika global industri halal. Menggunakan metode studi pustaka kualitatif, penelitian ini menganalisis literatur akademik dan regulasi yang relevan guna menelusuri peran strategis sertifikasi halal dalam menjamin kualitas produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperluas akses pasar internasional. Hasil kajian menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai jaminan keagamaan, tetapi juga sebagai instrumen kompetitif dalam perdagangan lintas negara. Meskipun terdapat tantangan berupa ketidakharmonisan standar antarnegara dan keterbatasan pengakuan timbal balik, sertifikasi halal tetap memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi, pemberdayaan UMKM, serta edukasi sosial. Penelitian ini merekomendasikan harmonisasi standar halal global, digitalisasi sistem jaminan halal, dan integrasi nilai-nilai maqāṣid al-sharī‘ah sebagai fondasi pengembangan industri halal yang inklusif dan berkelanjutan.
Kata kunci: *Sertifikasi halal, perdagangan internasional, industri halal, kepercayaan konsumen*

Abstract
The growing global Muslim population and increasing consumer awareness of ethical, hygienic, and sustainable values have significantly boosted demand for halal products. This article aims to examine the importance of halal certification in international trade from both Islamic economic perspectives and global halal industry dynamics. Employing a qualitative library research method, this study analyzes academic literature and relevant regulations to explore the strategic role of halal certification in ensuring product quality, enhancing consumer trust, and expanding international market access. The findings indicate that halal certification functions not only as a religious requirement but also as a competitive instrument in cross-border trade. Despite challenges such as the lack of harmonized standards and limited mutual recognition among certifying bodies, halal certification contributes positively to economic growth, SME empowerment, and social awareness. This study recommends the global harmonization of halal

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 6 Nomor 4 Juli 2025
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1478-1497

standards, the digitalization of halal assurance systems, and the integration of maqāṣid al-sharī'ah values as the foundation for developing an inclusive and sustainable halal industry.
***Keywords**: Halal certification, international trade, halal industry, consumer trust*

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan perdagangan global dan meningkatnya permintaan terhadap produk halal telah menempatkan sertifikasi halal sebagai komponen krusial dalam perdagangan internasional. Seiring bertambahnya populasi Muslim yang diperkirakan mencapai 3 miliar atau 31.1% dari populasi dunia pada tahun 2060, serta meningkatnya kesadaran konsumen non-Muslim terhadap isu kesehatan, etika, dan keberlanjutan, kebutuhan akan produk bersertifikasi halal semakin meningkat.[1]

Mengutip CNBC, National Statistics BMI-A Fitch Solutions Company melaporkan bahwa dalam satu dekade terakhir, pasar makanan dan minuman halal menunjukkan peningkatan tajam, dipacu oleh pertumbuhan populasi Muslim yang cepat. Pasar halal global diperkirakan mencapai US$ 1,3 triliun pada 2025 atau sekitar Rp 20.670 triliun (US$1= 15.900), melonjak dari US$ 899,9 juta pada 2018 dengan tingkat pertumbuhan rata-rata tahunan 5,2% selama kurun 2018-2028 (https://bpjph.halal.go.id). Permintaan yang terus bertumbuh ini menunjukkan bahwa produk halal bukan lagi kebutuhan eksklusif umat Muslim, tetapi juga diadopsi oleh konsumen non-Muslim yang memandang halal sebagai simbol kualitas dan keberlanjutan.[2]

Pertumbuhan signifikan ini menegaskan bahwa sertifikasi halal semakin relevan, tidak hanya dalam konteks pasar Muslim, tetapi juga dalam perdagangan internasional secara umum. Laporan Halal Development Corporation memperkirakan bahwa nilai industri halal global akan mencapai USD 7 triliun pada tahun 2026, menunjukkan peluang pertumbuhan besar di luar pasar tradisionalnya.[3] Dalam era perdagangan global yang semakin terintegrasi, kepatuhan terhadap standar halal menjadi faktor strategis bagi pelaku usaha yang ingin menjangkau pasar dengan populasi Muslim yang signifikan. Di Indonesia, misalnya, sekitar 87% populasi adalah Muslim, menjadikan sertifikasi halal penting untuk akses pasar domestik maupun internasional.[4] Penelitian juga menunjukkan bahwa 70% konsumen non-Muslim mempertimbangkan sertifikasi halal sebagai indikator kebersihan dan kualitas, mendorong semakin banyak

[1] Afzaal Ali et al., "Investigating the Antecedents of Halal Brand Product Purchase Intention: An Empirical Investigation," *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 7 (May 22, 2020): 1339–62, https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0063.

[2] Haslinda Hasan, Rini Suryati Solung, and Geoffrey Harvey Tanakinjal, "Halal Certification Among the SMEs in Kinabalu, Sabah," *JCS*, 2020, https://doi.org/DOI: 10.29244/jcs.5.1.16-28.

[3] Akmal Akmal, "Research on Halal Certification in Indonesia," *Journal of Islamic Economic Literatures* 2, no. 2 (2021), https://doi.org/10.58968/jiel.v2i2.57.

[4] Saipul Azis et al., "Research Trends in Halal Certification and Labeling: Bibliometric Analysis and Systematic Literature Review," *Arjis* 3, no. 3 (2024): 232–53, https://doi.org/10.58824/arjis.v3i3.169.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 6 Nomor 4 Juli 2025
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1478-1497

perusahaan untuk mengupayakan sertifikasi ini guna meningkatkan daya saing global.[5]

Meski penting, implementasi dan pengakuan sertifikasi halal menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah ketiadaan regulasi standar antarnegara, yang menimbulkan kebingungan bagi produsen yang ingin memperoleh sertifikasi.[6] Selain itu, pengakuan timbal balik antarnegara masih menjadi kendala, karena produk yang telah disertifikasi di satu negara belum tentu diakui di negara lain, sehingga menghambat kelancaran perdagangan.[7] Situasi ini dapat mengurangi manfaat ekonomi yang seharusnya dapat diperoleh dari sertifikasi halal, khususnya di negara-negara dengan sistem sertifikasi yang belum mapan.

Dalam perspektif ekonomi Islam, sertifikasi halal tidak hanya merupakan instrumen teknis perdagangan, tetapi juga perwujudan nilai-nilai dasar syariah seperti keadilan (al-'adl), transparansi (al-shafafiyah), dan tanggung jawab sosial (mas'uliyyah ijtima'iyyah).[8] Sertifikasi halal terbukti menambah nilai produk, memperkuat kepercayaan konsumen, dan mendorong etika bisnis. Selain itu, sertifikasi halal berperan menjaga keberkahan transaksi dan mencegah praktik bisnis yang merugikan atau tidak etis.[9] Kebaruan dalam studi ini terletak pada keterkaitan antara sertifikasi halal dan integrasi nilai-nilai ekonomi Islam dalam sistem perdagangan internasional modern.

Sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai persyaratan keagamaan, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam meraih keunggulan kompetitif di pasar internasional. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dengan sertifikasi halal memiliki kinerja pasar yang lebih baik dibandingkan perusahaan yang tidak memilikinya.[10] Hal ini karena sertifikasi halal membantu perusahaan memenuhi standar lokal di berbagai negara, menjaga integritas produk, dan membangun kepercayaan konsumen. Sebagai contoh, kajian oleh Wiyono et al. mengungkap bahwa niat konsumen Muslim dalam membeli produk halal tidak hanya didorong oleh aspek keagamaan, tetapi juga oleh pemahaman terhadap manfaat kesehatan

---

[5] ANALYN G. ABDULRAOF, "The Impacts of Halal Certification Policies in the Philippines: A Literature Review," *Cognizance Journal of Multidisciplinary Studies* 4, no. 12 (2024): 648–67, https://doi.org/10.47760/cognizance.2024.v04i12.059.

[6] Samsul Arifai, "The Role of the Halal Industry in Improving the Economy and Alleviating Poverty Post-Covid-19 Pandemic in Indonesia," *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues* 3, no. 1 (2023): 21–28, https://doi.org/10.30653/ijma.202331.70.

[7] Muhammad Bobby and Adela Rahmadani, "Food Buying and Selling Without Halal Labels: Case Review in BPJPH of South Sumatera," *Milkiyah Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2024): 53–60, https://doi.org/10.46870/milkiyah.v3i1.834.

[8] Wiwik S. Widiarty, "Legal Effectiveness in the Application of Halal Product Assurance Certification to MSME Business Actors According to Law Number 33 of 2014 Concerning Halal Product Assurance," *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 5, no. 6 (2024): 2886–95, https://doi.org/10.59141/jist.v5i6.1123.

[9] Raisa Fitri, Sudarmiatin Sudarmiatin, and Della A. Z. Lia, "Urgency of Halal Certification on the Performance of MSMEs," *Journal of Economics Finance and Management Studies* 06, no. 10 (2023), https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i10-12.

[10] Silvana Secinaro and Davide Calandra, "Halal Food: Structured Literature Review and Research Agenda," *British Food Journal* 123, no. 1 (2020): 225–43, https://doi.org/10.1108/bfj-03-2020-0234.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 6 Nomor 4 Juli 2025
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1478-1497

dan etika produk.[11] Dalam konteks global, sertifikasi halal kini menjadi prasyarat untuk memasuki pasar internasional, dengan banyak negara pengimpor mensyaratkan produk halal demi menjamin kesesuaian dengan standar yang berlaku.[12]

Paper ini bertujuan mengkaji urgensi sertifikasi halal dalam perdagangan internasional baik dari perspektif ekonomi Islam maupun dinamika global industri halal. Dengan mempertimbangkan tren global yang menunjukkan pertumbuhan pesat pasar halal, penelitian ini memberikan wawasan tentang potensi sertifikasi halal sebagai instrumen yang tidak hanya mendukung konsumen Muslim, tetapi juga memperluas peluang pasar bagi pelaku industri yang berkomitmen terhadap prinsip keberlanjutan dan etika dalam produksi serta distribusi produk.

II. LITERATURE REVIEW

A. Pengertian dan Dalil Sertifikasi Halal.

Sertifikasi halal adalah proses yang menjamin bahwa produk makanan, minuman, obat-obatan, dan barang konsumsi lainnya diproduksi, diproses, dan didistribusikan dengan mematuhi prinsip syariah Islam. Sertifikasi ini bertujuan untuk memberikan jaminan kepada konsumen, terutama umat Muslim, bahwa produk yang mereka konsumsi memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan oleh otoritas yang berwenang, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Indonesia.

Dalil tentang sertifikasi halal tidak disebutkan secara eksplisit dalam Al-Qur'an dan Hadis karena sertifikasi itu merupakan produk *ijtihad kontemporer*. Namun, kewajiban dan urgensi sertifikasi halal dapat didasarkan pada prinsip-prinsip syariah yang kuat, khususnya yang berkaitan dengan:

1. Perintah Makan dari yang Halal dan tayyib seperti terteta pad QS Al-Baqarah: 168

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ كُلُوا۟ مِمَّا فِى ٱلْأَرْضِ حَلَـٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا۟ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيْطَـٰنِ ۚ إِنَّهُۥ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Terjemahnya: "Wahai manusia! Makanlah dari apa yang ada di bumi yang halal lagi baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu"

Ayat ini menunjukkan bahwa makanan yang dikonsumsi harus *halal* dan *thayyib*. Dalam konteks kontemporer, sertifikasi halal hadir sebagai jaminan dan verifikasi atas status kehalalan produk di tengah kompleksitas industri makanan, obat, dan kosmetik.

2. Larangan Mengonsumsi yang Haram, seperti tertera pada QS. Al-Baqarah: 173:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهِلَّ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ ۖ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

[11] Sulistyodewi N. Wiyono et al., "The Embodiment of Muslim Intention Elements in Buying Halal Food Products: A Literature Review," *Sustainability* 14, no. 20 (2022): 13163, https://doi.org/10.3390/su142013163.

[12] Fazly A. Zainalabidin et al., "Halal System in Meat Industries," *Malaysian Journal of Halal Research* 2, no. 1 (2019): 1–5, https://doi.org/10.2478/mjhr-2019-0001.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 6 Nomor 4 Juli 2025
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1478-1497

Terjemahnya: "Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan atas kamu bangkai, darah, daging babi, dan (hewan) yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang."

Sertifikasi halal menjadi mekanisme untuk menghindari keraguan (syubhat) dan memastikan bahwa suatu produk tidak mengandung unsur haram sebagaimana disebutkan dalam ayat di atas.

3. Kaedah Fiqh: "Sadd al-Dzari'ah"

Sadd al-Dzari'ah berarti mencegah jalan menuju sesuatu yang haram.

Sertifikasi halal bertindak sebagai bentuk *saddu al-dzari'ah*, mencegah masyarakat dari mengonsumsi produk yang belum jelas status kehalalannya, terutama dalam produk olahan yang kompleks.

4. Tanggung Jawab Pemerintah (Waliyul Amr)

"Imam adalah pemelihara dan dia bertanggung jawab terhadap rakyatnya." (HR. Bukhari dan Muslim).

Dari sisi fiqih siyasah, negara memiliki tanggung jawab untuk melindungi umat dari produk-produk yang berpotensi haram atau merugikan melalui regulasi seperti sertifikasi halal.

5. Maslahah Mursalah (Kemaslahatan Umum)

Sertifikasi halal merupakan bentuk maslahah mursalah karena bertujuan menjaga: Agama (hindari yang haram), Jiwa (hindari produk berbahaya), Akal (hindari zat memabukkan), Harta (transaksi halal), dan Keturunan (melindungi kesehatan).

B. Teori dan pendekatan sertifikasi halal sebagai instrument utama dalam perdagangan Internasional

Dalam konteks perdagangan internasional, pentingnya sertifikasi halal dapat dijelaskan melalui berbagai teori dan pendekatan yang mendukung pertumbuhan dan aksesibilitas produk halal di pasar global. Berikut adalah beberapa teori yang relevan:

1. Teori Keunggulan Kompetitif

Menurut teori Porter (1985) tentang keunggulan kompetitif, sertifikasi halal dapat dianggap sebagai strategi diferensiasi yang meningkatkan nilai tambah produk.[13] Teori ini menekankan bahwa sertifikasi halal dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam memasuki pasar internasional. Produk yang bersertifikasi halal sering kali dianggap lebih berkualitas dan lebih aman oleh konsumen, baik Muslim maupun non-Muslim.[14] Penelitian menunjukkan bahwa produk dengan sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen dan memfasilitasi akses ke pasar yang lebih besar.[15]

[13] Baso R et al., "Pentingnya Sertifikasi Halal Dalam Perdagangan Internasional," *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemn, Dan Akuntansi* 4, no. 1 (2024): 30000–13.

[14] Warto A. Saifuddin and Samsuri Samsuri, "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia," *Al Maal Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (2020): 98, https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803.

[15] Nur A. Rakhmawati et al., "Gerakan 1000 Sertifikat Halal Untuk Mendukung Kewajiban Sertifikat Halal 2024," *Sewagati* 8, no. 3 (2024): 1653–62, https://doi.org/10.12962/j26139960.v8i3.959.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 6 Nomor 4 Juli 2025
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1478-1497

Hal ini sangat penting, mengingat pasar halal global yang diperkirakan mencapai nilai triliunan dolar dalam waktu dekat. [16]

2. Sistem Jaminan Halal (SJH)

Sistem Jaminan Halal merupakan pendekatan strategis untuk memastikan kepatuhan terhadap standar halal dalam produksi dan distribusi. Dalam kerangka ini, semua langkah dari proses produksi hingga pengemasan dan distribusi harus mematuhi aturan halal.[17] Hal ini diperkuat oleh kebutuhan akan transparansi dalam rantai pasok, yang semakin menjadi fokus dalam perdagangan internasional.[18] Implementasi SJH dapat membantu produsen dalam memenuhi regulasi internasional dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar global.

3. Maqashid Shariah

Maqashid Shariah merujuk pada tujuan dasar syariah yang berkaitan dengan perlindungan harta, jiwa, akal, keturunan, dan agama.[19] Sertifikasi halal tidak hanya sekadar memenuhi persyaratan agama tetapi juga mendorong praktik bisnis yang bertanggung jawab dan etis. Konsep ini relevan dalam konteks perdagangan internasional di mana pertumbuhan produk halal seiring dengan kesadaran akan nilai-nilai sosial dan keberlanjutan di kalangan konsumen.[20] Dengan demikian, sertifikasi halal berfungsi sebagai instrumen untuk mewujudkan praktik bisnis yang lebih berkelanjutan dan adil di pasar global.

4. Etika Konsumsi

Etika konsumsi melibatkan tanggung jawab terhadap produk yang dipilih, baik dalam konteks kesehatan, lingkungan, dan prinsip etika.[21] Masyarakat saat ini semakin menyadari pentingnya konsumsi yang bertanggung jawab, di mana sertifikasi halal menjadi salah satu tanda bahwa produk tersebut tidak hanya sah menurut syariah, tetapi juga diperuntukkan bagi konsumen yang memperhatikan sumber dan proses produksi.[22] Hal ini menjadi daya tarik bagi

---

[16] Afuan Zahradika and Dodi Permadi, "Pemetaan Kehalalan Produk Pelaku Umkm Kecamatan Sukasari Kota Bandung," *Agroindustrial Technology Journal* 7, no. 1 (2023), https://doi.org/10.21111/atj.v7i1.9414.

[17] Eka Rahayuningsih and Muhammad L. Ghozali, "Sertifikasi Produk Halal Dalam Perspektif Mashlahah Mursalah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 135, https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929.

[18] Ratih P. Ningrum, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai (Rahn) Di Pegadaian Syariah CPS Solo Baru," *Jurnal Syarikah Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 186–96, https://doi.org/10.30997/jsei.v9i2.8825.

[19] Uswatun Hasanah et al., "Pendampingan Sertifikasi Halal Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing Produk Pangan Umkm Desa Wisata Melung," *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 7, no. 5 (2023): 4971, https://doi.org/10.31764/jmm.v7i5.17480.

[20] Zahradika and Permadi, "Pemetaan Kehalalan Produk Pelaku Umkm Kecamatan Sukasari Kota Bandung."

[21] Shanti Pujilestari and Rahmawati Rahmawati, "Peningkatan Pemahaman Dan Sikap Sertifikasi Halal Self-Declare Pada Usaha Susu Kedelai Di Kota Bekasi," *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia* 3, no. 5 (2023): 1401–8, https://doi.org/10.54082/jamsi.886.

[22] Andri Nurwandri, Daud Marzuki, and Yanuardin Yanuardin, "Sosialisasi Sertifikasi Produk Halal Bagi Pelaku Umkm Di Desa Air Teluk Hessa, Kecamatan Air Batu, Kabupaten Asahan," *JPM* 3, no. 3 (2023), https://doi.org/10.59818/jpm.v3i3.485.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 6 Nomor 4 Juli 2025
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1478-1497

konsumen global yang tidak hanya ingin mengkonsumsi, tetapi juga memilih dengan hati-hati produk yang mereka beli.

5. Regulasional dan Kebijakan Perdagangan

Sertifikasi halal juga terkait dengan kebijakan perdagangan internasional, di mana negara-negara kini lebih memperhatikan aspek halal dalam regulasi impor dan ekspor produk makanan.[23] Misalnya, banyak negara yang memberlakukan syarat halal untuk produk tertentu sebagai bagian dari persyaratan kepatuhan keseluruhan. Ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya mempunyai nilai agama, tetapi juga merupakan instrumen untuk membuka pasar global bagi produk dari negara-negara Muslim.[24]

Dengan mengadopsi teori-teori dan pendekatan ini, sertifikasi halal dapat dilihat tidak hanya sebagai kepatuhan terhadap norma agama, tetapi juga sebagai elemen strategis yang dapat meningkatkan daya saing, membuka akses pasar internasional, serta membangun kepercayaan konsumen. Hal ini menjadi vital dalam konteks perdagangan modern yang semakin mengglobal dan terintegrasi.

III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah qualitative library research yang bertumpu pada penelaahan literatur untuk menggali, memahami, dan menganalisis fenomena hukum atau norma yang berkembang dalam masyarakat, khususnya terkait pentingnya sertifikasi halal dalam perdagangan internasional. Sumber data yang digunakan berupa data sekunder, seperti artikel-artikel jurnal ilmiah, laporan lembaga internasional, dan regulasi yang terkait. Adapun metode analisis yang diterapkan adalah analisis deskriptif-kualitatif, dengan tujuan menganalisis dampak sertifikasi halal pada perdagangan internasional.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Peran Strategis Sertifikasi Halal dalam Standarisasi, Kepercayaan Konsumen, dan Akses Pasar Global

Sertifikasi halal memegang peranan strategis dalam menjamin standar mutu, kehalalan produk, serta membangun kepercayaan konsumen di tingkat global. Dalam konteks ini, terdapat beberapa aspek penting yang saling berkaitan dan memperkuat posisi sertifikasi halal dalam ekosistem industri modern.

Pertama, dari segi jaminan standar mutu, sertifikasi halal tidak hanya memastikan bahwa suatu produk memenuhi persyaratan kehalalan, tetapi juga mengacu pada standar kualitas yang tinggi. Proses produksi yang higienis, penggunaan bahan baku yang bersih, serta manajemen operasional yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah menjadi indikator utama dalam proses sertifikasi. Penelitian oleh Putro et al. (2023) menegaskan bahwa sistem jaminan halal terbukti efektif dalam meningkatkan mutu produk secara keseluruhan, yang

[23] Risa Qoni'ah, "Tantangan Dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia Di Pasar Global," *Halal Research Journal* 2, no. 1 (2022), https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.246.

[24] Hasanah et al., "Pendampingan Sertifikasi Halal Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing Produk Pangan Umkm Desa Wisata Melung."

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 6 Nomor 4 Juli 2025
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1478-1497

menjadi daya tarik penting bagi konsumen Muslim maupun non-Muslim. Di samping itu, implementasi sistem ini juga mampu meminimalkan risiko kontaminasi silang, sekaligus menjamin keamanan produk bagi konsumen.[25]

Kedua, dari sisi kepercayaan konsumen, sertifikasi halal menjadi elemen fundamental dalam membangun dan mempertahankan loyalitas konsumen. Menurut Hidayat et al. (2021), aspek kehalalan kini menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan pembelian, tak hanya oleh konsumen Muslim, tetapi juga oleh konsumen non-Muslim yang mengutamakan kebersihan dan etika dalam konsumsi. Sertifikat halal berfungsi sebagai bukti bahwa produk telah melewati proses verifikasi ketat oleh lembaga yang berwenang, sehingga menjadi simbol integritas dan komitmen produsen terhadap praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab.[26]

Ketiga, dalam konteks perdagangan internasional, sertifikasi halal berperan signifikan dalam memperluas akses pasar, khususnya ke negara-negara dengan populasi Muslim yang besar. Banyak negara menetapkan sertifikasi halal sebagai persyaratan wajib untuk produk impor, yang menjadikan sertifikasi ini sebagai instrumen penting dalam mengurangi hambatan perdagangan.[27] Sertifikasi halal memungkinkan produk dari berbagai negara untuk bersaing di pasar global dengan memberikan jaminan terhadap kehalalan dan kualitas produk. Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan industri halal secara global, sertifikasi halal menjadi langkah strategis dalam merespons dinamika kebutuhan pasar yang terus berkembang.[28]

Keempat, aspek edukasi dan peningkatan kesadaran juga tak kalah penting. Meningkatnya kesadaran konsumen terhadap pentingnya kehalalan produk mendorong pelaku usaha, termasuk UMKM, untuk memahami dan menerapkan sistem jaminan halal. Program-program edukatif seperti GEMESH yang diinisiasi, berhasil memberikan pemahaman dan pendampingan bagi pelaku usaha dalam memenuhi standar halal.[29] Edukasi semacam ini tidak hanya memperkuat kapasitas pelaku usaha, tetapi juga membuka peluang ekspansi pasar serta kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Dengan demikian sertifikasi halal berperan penting tidak hanya dalam aspek normatif seperti pemenuhan standar kehalalan dan mutu, tetapi juga dalam konteks strategis yang lebih luas, yaitu membangun kepercayaan konsumen, memperluas akses pasar global, serta meningkatkan kesadaran dan partisipasi pelaku usaha. Dalam era globalisasi dan persaingan industri yang semakin ketat,

[25] Herdayanto S. Putro et al., "Membangun Industri Halal Dalam Mendukung Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia Melalui Program Gerakan Menuju Sertifikasi Halal (GEMESH)," *Sewagati* 7, no. 4 (2023): 584–92, https://doi.org/10.12962/j26139960.v7i4.544.

[26] Rakhmawati et al., "Gerakan 1000 Sertifikat Halal Untuk Mendukung Kewajiban Sertifikat Halal 2024."

[27] Mukhtasor Mukhtasor et al., "Edukasi Sistem Jaminan Halal Dan Urgensinya Bagi Masyarakat Pesisir Penggerak Ekonomi Kreatif," *Sewagati* 6, no. 4 (2022): 1–6, https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i4.227.

[28] Rakhmawati et al., "Gerakan 1000 Sertifikat Halal Untuk Mendukung Kewajiban Sertifikat Halal 2024."

[29] Putro et al., "Membangun Industri Halal Dalam Mendukung Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia Melalui Program Gerakan Menuju Sertifikasi Halal (GEMESH)."

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 6 Nomor 4 Juli 2025
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1478-1497

sertifikasi halal menjadi alat yang esensial dalam meningkatkan daya saing produk dan mendukung perkembangan industri halal secara menyeluruh dan berkelanjutan.

B. Negara-negara dengan Standar Sertifikasi Halal Terketat

Sertifikasi halal telah menjadi aspek penting dalam memastikan keamanan dan kehalalan produk, khususnya di industry makanan, minuman, dan farmasi. Di beberapa Negara standar sertifikasi halal diterapkan dengan sangat ketat, baik untuk melidungi konsumen maupun mempromosikan perdagangan halal global. Berikut ini adalah lima Negara dengan standar sertifikassi halal terketat.[30]:

1. Malaysia

Di Malaysia, sertifikasi halal dikelola oleh Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM). Standar halal Malaysia sangat rinci dan mencakup tidak hanya aspek makanan tetapi juga kosmetik, obat-obatan, dan barang-barang konsumsi lainnya. Malaysia dikenal dengan regulasi halal yang ketat, yang mencakup pemantauan berkelanjutan dan audit untuk memastikan kepatuhan terhadap standar halal. Disamping itu, JAKIM juga memiliki hubungan yang baik dengan lembaga halal internasional untuk harmonisasi standar [31] sehigga banyak produk Malaysia diterima di pasar internasional**.**

2. Uni Emirat Arab (UEA)

Sebagai pusat perdagangan di Timur Tengah, Uni Emirat Arab memiliki regulasi halal yang ketat. Kementerian Pembangunan Ekonomi dan Organisasi Standardisasi dan Metrologi di UEA melalui Lembaga Standarisasi Halal Emirat, Emirate Authority for Standardization Metrology (ESMA), bertanggung jawab atas pengawasan dan implementasi sertifikasi halal, mencakup berbagai sektor termasuk makanan, kosmetik, dan produk lainnya [32]. Proses sertifikasi halal di UEA melibatkan langkah-langkah ketat untuk memastikan bahwa semua bahan yang digunakan dalam produksi tidak mengandung bahan-bahan yang dilarang menurut syariat Islam. Proses ini mencakup pemeriksaan bahan baku serta praktik pengolahan dan penyimpanan produk [33].

3. Indonesia

Di Indonesia, sistem sertifikasi halal dikelola oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang diratifikasi oleh Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014. Dalam sistem ini, semua produk yang beredar di pasar harus mendapatkan sertifikat halal, yang menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara pertama

[30] admin setifikasi halal Indonesia, "5 Negara dengan Standar Sertifikasi Halal Terketat," *Sertifikasi Halal* (blog), November 20, 2024, https://sertifikasihalalindonesia.com/2024/11/5-negara-standar-sertifikasi-halal-terketat/.

[31] Maisyarah R. Hasan and Mohd S. A. Latif, "Towards a Holistic Halal Certification Self-Declare System: An Analysis of Maqasid Al-Sharīʿah-Based Approaches in Indonesia and Malaysia," *Mazahib* 23, no. 1 (2024): 41–78, https://doi.org/10.21093/mj.v23i1.6529.

[32] Muhammad R. Siregar, Ahmad Rifai, and Mariana Mariana, "Hukum Ekonomi Syariah Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Hubungan Bisnis Muslim Dan Non-Muslim Di Timur Tengah Studi Kasus Uni Emirat Arab," *Jurnal Justisia Ekonomika Magister Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2022), https://doi.org/10.30651/justeko.v6i2.15036.

[33] admin setifikasi halal Indonesia, "5 Negara dengan Standar Sertifikasi Halal Terketat."

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 6 Nomor 4 Juli 2025
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1478-1497

yang mewajibkan sertifikasi halal secara hukum [34]. Proses sertifikasi di sini mencakup audit menyeluruh pada praktik produksi, bahan baku, dan pengelolaan kebersihan[35]. Selain itu, kampanye untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya sertifikasi halal di kalangan masyarakat juga sedang dilakukan.

4. Arab Saudi

Sertifikasi halal di Arab Saudi merupakan elemen kunci dalam memastikan bahwa produk-produk makanan dan minuman memenuhi standar syariat Islam. Sistem sertifikasi ini diratifikasi dalam kerangka kerja pemerintah yang bertujuan untuk melindungi konsumen Muslim dan memastikan bahwa produk yang mereka konsumsi telah diproduksi sesuai dengan prinsip halal. Sertifikasi ini dikelola oleh Saudi Food and Drug Authority (SFDA), yang menetapkan standar halal dan melakukan verifikasi atas produk-produk yang diajukan untuk mendapatkan sertifikat halal (Mubarak et al., 2023).

5. Australia

Australia adalah negara non muslim yang memilki standat sertifikasi halal yag ketat. Sertifikasi halal di Australia menjadi semakin penting, terutama mengingat populasi Muslim yang terus berkembang dan kontribusi mereka terhadap ekonomi. Proses sertifikasi halal di Australia berfokus pada pengujian dan verifikasi produk untuk memastikan bahwa mereka sesuai dengan persyaratan syariat Islam. Badan sertifikasi yang diakui, seperti Australian Halal Certification Authority (AHCA) menyediakan panduan dan prosedur sertifikasi bagi produsen [36]. Australian Halal Certification Authority (AHCA) dan Australian Halal Food Services (AHFS) bekerja sama dengan Negara-negara muslim untuk memastikan produk mereka sesuai dengan standar internasional.

C. Dampak Positif sertifikasi halal terhadap ekspor produk ke Negara-negara mayoritas muslim

Sertifikasi halal memainkan peran krusial dalam memperbesar peluang ekspor produk dari negara-negara dengan populasi Muslim yang signifikan. Sertifikat halal sebagai jaminan bahwa suatu produk telah memiliki standar halal sesuai ketentuan agama Islam, memiliki pengaruh sisgnifikan terhadap daya saing produk di pasar Internasional, khuhsnya di Negara-negara yang mayoritas penduduknya muslim. Dampak positip yang meuncul berupa: peningkatan akses pasar, penguatan kualitas produk, dan penciptaan kepercayaan konsumen. Berikut adalah beberapa poin yang menjelaskan bagaimana sertifikasi halal berdampak terhadap ekspor produk ke negara-negara mayoritas Muslim:

1. Akses ke Pasar Global

Sertifikasi halal diakui secara luas sebagai prasyarat untuk memasuki pasar di negara-negara mayoritas Muslim. Produk yang memiliki sertifikasi halal tidak

[34] Hayyun D. Faridah, "Halal Certification in Indonesia; History, Development, and Implementation," *Journal of Halal Product and Research* 2, no. 2 (2019): 68, https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78.

[35] Hasan and Latif, "Towards a Holistic Halal Certification Self-Declare System: An Analysis of Maqasid Al-Sharīʿah-Based Approaches in Indonesia and Malaysia."

[36] Abdul C. Halik, "Efektivitas Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Dan Optimasi Rantai Pasok," *Peshum* 4, no. 3 (2025): 3772–80, https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.7517.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 6 Nomor 4 Juli 2025
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1478-1497

hanya memenuhi kebutuhan konsumen Muslim tetapi juga menjadi daya tarik bagi konsumen non-Muslim yang menganggap produk halal berkaitan dengan kualitas dan kebersihan yang lebih baik [37]. Sebagai contoh, pasar di negara seperti Indonesia, Malaysia, dan Turki memberikan preferensi untuk produk bersertifikasi halal, sehingga hal ini menguntungkan negara-negara pengekspor yang mampu memenuhi standar ini [38].

2. Peningkatan Kualitas dan Kepercayaan Konsumen

Sertifikasi halal menciptakan jaminan kualitas produk, yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian di kalangan konsumen Muslim. Sebuah studi oleh Abdulraof menunjukkan bahwa kehadiran sertifikat halal meningkatkan kredibilitas suatu produk di pasar, yang penting bagi konsumen yang sangat memperhatikan aspek kehalalan [39]. Penerimaan produk halal tidak hanya terbatas pada umat Muslim, tetapi juga non-Muslim mulai tertarik pada produk halal karena dianggap lebih sehat dan aman [40]. Kualitas dan transparansi dalam proses produksi yang diatur melalui sistem halal membantu meningkatkan daya saing produk di pasar global, yang pada gilirannya menguntungkan para eksportir.

3. Respons terhadap Permintaan Pasar yang Meningkat

Permintaan terhadap produk halal di pasar internasional, terutama di negara-negara mayoritas Muslim, terus meningkat. Menurut Husin et al., dengan pertumbuhan populasi Muslim dan meningkatnya pendapatan, permintaan untuk produk halal juga diperkirakan akan terus meningkat, menciptakan peluang besar bagi negara-negara ekspor untuk memenuhi kebutuhan ini [41]. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa negara-negara seperti Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi penyedia produk halal dan memanfaatkan sertifikasi halal sebagai alat untuk memperluas pasar dan meningkatkan volume ekspor [42].

4. Perlunya Sistem Regulasi yang Kuat

Sertifikasi halal yang baik mendorong pengembangan sistem regulasi yang kuat untuk melindungi konsumen dan mempertinggi nilai kompetitif produk dalam perdagangan internasional. Negara-negara dengan sistem yang terintegrasi,

---

[37] Nur Kasanah and Muhammad Sajjad, "Potensi, Regulasi, Dan Problematika Sertifikasi Halal Gratis," *Journal of Economics Law and Humanities* 1, no. 2 (2022): 28–41, https://doi.org/10.21154/jelhum.v1i2.1196.

[38] Dani Kusumastuti, "Minat Beli Produk Halal Di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis," *Mabsya Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 2 (2020): 27–50, https://doi.org/10.24090/mabsya.v2i2.3929.

[39] ABDULRAOF, "The Impacts of Halal Certification Policies in the Philippines: A Literature Review."

[40] Mohd A. Ramli, Muhamad A. A. Razak, and Mohamad H. Jaafar, "Understanding Non-Muslims' Reluctance to Halal Food: A Systematic Review," *Journal of Islamic Marketing* 14, no. 2 (2021): 544–61, https://doi.org/10.1108/jima-05-2021-0134.

[41] Maizaitulaidawati M. Husin, Suzilawati Kamarudin, and Adriana M. Rizal, "Food and Beverage Industry Competitiveness and Halal Logistics: Perspective From Small and Medium Enterprises in Malaysia," *Asian Journal of Islamic Management (Ajim)* 3, no. 1 (2021): 1–10, https://doi.org/10.20885/ajim.vol3.iss1.art1.

[42] Made G. Anggarkasih and Prima S. Resma, "The Importance of Halal Certification for the Processed Food by SMEs to Increase Export Opportunities," *E3s Web of Conferences* 348 (2022): 00039, https://doi.org/10.1051/e3sconf/202234800039.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 6 Nomor 4 Juli 2025
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1478-1497

seperti Indonesia dan Malaysia, berupaya mendorong produsen untuk mendapatkan sertifikasi halal, sehingga meningkatkan daya saing produk mereka di pasar global [43]. Pemerintah juga berperan dalam memfasilitasi pelaku usaha melalui pelatihan dan penyuluhan terkait pentingnya sertifikasi halal, agar mereka dapat menghasilkan produk yang memenuhi standar.

5. Bantuan untuk UKM

Sertifikasi halal memberikan kesempatan bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Proses sertifikasi dapat membantu UKM meningkatkan citra, kepercayaan, dan nilai produk mereka, yang penting untuk memasuki pasar internasional. Penelitian oleh Purbasari et al. menunjukkan bahwa eksportasi produk halal, terutama dari UKM, telah menunjukkan hasil positif setelah mendapatkan sertifikasi [44].

Sertifikasi halal berkontribusi secara signifikan terhadap ekspor produk ke negara-negara mayoritas Muslim dengan meningkatkan akses pasar, membangun kepercayaan konsumen, serta mendorong peningkatan kualitas produk. Dengan meningkatnya permintaan untuk produk halal, negara-negara pengekspor perlu memanfaatkan sertifikasi halal sebagai alat untuk bersaing di pasar global dan memperluas dampak ekonomi. Selain itu, dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait dalam proses sertifikasi akan sangat penting untuk memperkuat posisi negara-negara tersebut di pasar internasional.

D. Kendala internasionalisasi sertifikasi halal: harmonisasi standar, pengakuan antarnegara, WTO rules

Internasionalisasi sertifikasi halal membawa berbagai tantangan dan peluang yang sangat penting bagi pengembangan pasar halal yang kuat. Salah satu perhatian utama adalah harmonisasi standar antarnegara, yang diperlukan untuk mendorong pengakuan timbal balik di antara berbagai yurisdiksi. Ketidakterpaduan dalam proses sertifikasi halal dapat menghambat perdagangan, karena produk yang telah tersertifikasi halal di satu negara belum tentu diakui di negara lain. Ketidakkonsistenan ini dapat mengurangi kepercayaan konsumen dan mempersulit rantai pasok global [45].

Dengan meningkatnya permintaan produk halal di seluruh dunia, perhatian meningkat terhadap perlunya harmonisasi standar halal. Penggagas dari berbagai negara kini mengadvokasi untuk adanya konsensus internasional mengenai standar halal [46]. Hal ini sangat krusial dalam mendukung pelaku usaha untuk mengakses pasar global, di mana konsumen tidak hanya berasal dari

---

[43] Hasan and Latif, "Towards a Holistic Halal Certification Self-Declare System: An Analysis of Maqasid Al-Sharīʿah-Based Approaches in Indonesia and Malaysia."

[44] Indah Purbasari et al., "Empowering Micro and Small Enterprises Legal for Halal Certification in Tajungan Village Kamal Bangkalan," *Community Development Journal* 7, no. 1 (2023): 15–21, https://doi.org/10.33086/cdj.v7i1.4028.

[45] Muhammad Suhaimi and Marliyah Marliyah, "Peluang Dan Tantangan Industri Halal Menuju Pusat Industri Global," *Ekonom* 3, no. 1 (2023): 37–45, https://doi.org/10.58432/ekonom.v3i1.768.

[46] Munawar Munawar and Arif Mugiono, "Framework for Smart Contract Blockchain in Halal Traceability, Integrity, and Transparency," *International Journal of Electrical and Computer Engineering (Ijece)* 14, no. 3 (2024): 2875, https://doi.org/10.11591/ijece.v14i3.pp2875-2884.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 6 Nomor 4 Juli 2025
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1478-1497

komunitas Muslim tetapi juga dari non-Muslim yang peduli tentang kualitas dan keberlanjutan.

Perbandingan di atas menunjukkan bahwa meskipun ada kesamaan dalam tujuan sertifikasi halal, pendekatan dan pelaksanaannya dapat bervariasi secara signifikan antar negara. Komitmen pemerintah, kesadaran masyarakat, dan adanya regulasi hukum adalah faktor-faktor kunci yang memengaruhi efektivitas sistem sertifikasi halal di setiap negara. Dengan demikian, penting untuk terus mengeksplorasi dan harmonisasi standar agar produk halal dapat diterima lebih luas, baik di pasar domestik maupun internasional.

Sebagaimana dikemukakan oleh Azam dan Abdullah, diversifikasi produk halal menuntut adanya standar yang terpadu guna memastikan kepatuhan, keamanan, dan kepercayaan konsumen lintas pasar [47]. Selain itu, menjamurnya lembaga sertifikasi halal—yang kini berjumlah lebih dari 400 secara global—menggambarkan lanskap yang terfragmentasi dan menyulitkan perdagangan internasional serta persepsi konsumen terhadap integritas halal [48].

Dengan demikian seruan untuk menetapkan standar halal yang komprehensif dan diakui secara universal sangatlah penting seiring dengan terus berkembangnya pasar halal global. Standar semacam itu akan mempermudah perdagangan internasional dan menjaga integritas serta kredibilitas produk halal di seluruh dunia, menjawab kebutuhan beragam konsumen yang semakin peduli terhadap keamanan pangan dan aspek etika.

Upaya harmonisasi menjadi sangat esensial, sebagaimana ditekankan oleh berbagai studi yang menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat melayani tujuan keagamaan sekaligus tujuan pasar. Halik, misalnya, menyoroti bahwa sertifikasi halal tidak hanya menunjukkan kepatuhan terhadap hukum syariah, tetapi juga berperan strategis dalam meningkatkan kepercayaan konsumen secara global.[49] Selain itu, implementasi Undang-Undang Jaminan Produk Halal di Indonesia (UU No. 33 Tahun 2014) yang mewajibkan sertifikasi halal bagi seluruh produk yang beredar di dalam negeri, semakin menegaskan perlunya standardisasi agar produk dapat memenuhi ketentuan halal secara universal.[50] Regulasi ini juga sejalan dengan prinsip-prinsip Organisasi Perdagangan Dunia atau World Trade Organization (WTO) yang mendorong transparansi dan keadilan dalam perdagangan global, termasuk dalam hal pemenuhan standar teknis seperti sertifikasi halal. [51]

---

[47] Md S. E. Azam and Moha A. Abdullah, "Global Halal Industry: Realities and Opportunities," *International Journal of Islamic Business Ethics* 5, no. 1 (2020): 47, https://doi.org/10.30659/ijibe.5.1.47-59.

[48] Omar A. Al-Mahmood and Angela Fraser, "Perceived Challenges in Implementing Halal Standards by Halal Certifying Bodies in the United States," *Plos One* 18, no. 8 (2023): e0290774, https://doi.org/10.1371/journal.pone.0290774.

[49] Halik, "Efektivitas Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Dan Optimasi Rantai Pasok."

[50] Muhamad Ridho et al., "Persepsi UMKM Produk Olahan Ayam Tentang Sertifikasi Halal," *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal* 3, no. 2 (2023): 44–55, https://doi.org/10.15575/likuid.v3i2.25923.

[51] Suhaimi and Marliyah, "Peluang Dan Tantangan Industri Halal Menuju Pusat Industri Global."

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 6 Nomor 4 Juli 2025
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1478-1497

Selain harmonisasi, pengakuan timbal balik atas sertifikasi halal antarnegara juga masih menjadi tantangan besar. Banyak negara, meskipun memproduksi produk halal, belum memiliki kerangka kerja yang mendukung pengakuan sertifikasi secara mutual, yang pada akhirnya menciptakan segmentasi pasar dan meningkatkan biaya bagi pelaku usaha yang ingin melakukan ekspansi internasional. Sebagai contoh, meskipun Indonesia telah membentuk kerangka kerja berbasis Standar Nasional Indonesia, negara lain mungkin masih menggunakan pedoman yang berbeda atau tidak seketat itu, sehingga memperumit proses ekspor. [52]

Lebih lanjut, pergeseran ke arah proses *self-declaration* (deklarasi mandiri) dalam sertifikasi halal di dalam negeri telah mulai diterapkan sebagai langkah transisi untuk memastikan bahwa usaha kecil dan menengah (UKM) dapat mengakses pasar halal tanpa beban administratif yang berat Pergeseran ini memiliki signifikansi khusus di Indonesia, mengingat pentingnya mendukung pertumbuhan usaha lokal sekaligus tetap menjaga kesesuaian dengan standar halal global yang sejalan dengan prinsip WTO tentang persaingan yang adil.

Internasionalisasi sertifikasi halal menghadapi tantangan besar dalam hal harmonisasi standar, pengakuan lintas batas, dan kepatuhan terhadap regulasi WTO. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan upaya bersama antarnegara dalam membangun standar yang seragam, menyederhanakan proses sertifikasi, dan memperkuat kerja sama dalam perdagangan halal, yang menjadi kunci utama dalam membuka peluang pasar global bagi produk-produk halal.

E. Implikasi ekonomi dan sosial

Sertifikasi halal memiliki implikasi signifikan dalam perdagangan internasional, baik dari segi ekonomi maupun sosial. Dalam konteks ekonomi, sertifikasi halal berfungsi sebagai jaminan bahwa produk sesuai dengan syariat Islam, serta berperan penting dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing produk di kancah global. Menurut Purnama dan Ulinnuha, produk bersertifikasi halal lebih diterima oleh konsumen, baik Muslim maupun non-Muslim, serta memiliki nilai komersial tambahan yang membuatnya lebih menarik di pasar internasional. [53] Hal ini terutama relevan di negara-negara dengan populasi Muslim yang besar, di mana permintaan akan produk halal terus meningkat.

Di Indonesia, Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 menetapkan bahwa sertifikasi halal adalah wajib untuk semua produk yang beredar, mencerminkan komitmen pemerintah terhadap pengembangan industri halal dan menciptakan iklim usaha yang lebih transparan serta menguntungkan bagi pelaku UMKM. Gunawan et al., 2021 menjelaskan bahwa sertifikasi halal merupakan alat untuk meningkatkan nilai tambah produk yang dihasilkan oleh UMKM dan memberikan kepercayaan kepada konsumen, yang pada akhirnya berdampak

[52] Halik, "Efektivitas Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Dan Optimasi Rantai Pasok."

[53] Muhammad Y. Purnama and Roma Ulinnuha, "Transformasi Pengetahuan Dan Realitas Sosial Pelaku Umk Tentang Label Halal," *Jurnal Analisa Sosiologi* 12, no. 4 (2023), https://doi.org/10.20961/jas.v12i4.71327.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 6 Nomor 4 Juli 2025
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1478-1497

positif terhadap peningkatan pendapatan usaha.[54] Sertifikasi halal juga membantu UMKM memenuhi persyaratan pasar internasional yang semakin ketat.

Dari sisi sosial, sertifikasi halal berpotensi menjadi alat edukasi bagi masyarakat mengenai pentingnya produk yang memenuhi standar kehalalan. Program sosialisasi dan pendampingan yang disampaikan oleh Adiwinarto et al. mendorong pemahaman masyarakat akan urgensi sertifikasi halal dan mengurangi kesenjangan informasi mengenai prosesnya.[55] Proyek-proyek ini tidak hanya bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan tetapi juga menciptakan rasa memiliki di kalangan masyarakat terhadap produk lokal yang bersertifikat halal, memperkuat identitas dan integritas budaya.

Lebih jauh, sertifikasi halal dapat meningkatkan kesadaran konsumen mengenai produk yang mereka konsumsi. Sebuah penelitian oleh Machbub et al. menunjukkan bahwa banyak konsumen mempertimbangkan sertifikasi halal dalam pengambilan keputusan pembelian, terutama di sektor kosmetik, di mana 93,9% responden memilih produk yang telah bersertifikasi halal bahkan jika harus membayar lebih.[56] Ini menandakan adanya kenaikan kesadaran di antara konsumen tentang pentingnya kepastian halal dalam produk yang mereka gunakan sebagai bagian dari gaya hidup sehat dan beretika.

Namun, di balik semua manfaat tersebut, masih ada tantangan yang harus dihadapi. Banyak pelaku UMKM yang kurang memahami pentingnya sertifikasi halal dan proses yang terlibat, yang mengakibatkan rendahnya partisipasi mereka dalam sistem sertifikasi. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya nyata dari semua pemangku kepentingan untuk melakukan edukasi dan pendampingan yang berkesinambungan serta memberikan kemudahan akses bagi UMKM agar dapat memperoleh sertifikasi halal dengan lebih efisien.

Dengan demikian, sertifikasi halal memberikan implikasi penting dalam perdagangan internasional melalui peningkatan nilai ekonomis dan sosial dari produk halal. Ia menjadi unsur strategis yang mendorong pertumbuhan ekonomi, memperkuat identitas konsumen, serta mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya kehalalan produk. Untuk mengoptimalkan manfaat sertifikasi halal, kesadaran dan pemahaman tentang prosedur sertifikasi tersebut perlu ditingkatkan di kalangan pelaku usaha dan konsumen.

---

[54] Setiyo Gunawan et al., "Pendampingan Berkelanjutan Sistem Jaminan Halal Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)," *Sewagati* 5, no. 1 (2021): 8, https://doi.org/10.12962/j26139960.v5i1.8120.

[55] Sulistio Adiwinarto, Aris Y. Pawestri, and Muh Chamdani, "Sosialisasi Dan Pendampingan Sertifikasi Halal Produk Kopi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Jubung Jember," *Jurnal Terapan Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 2 (2022): 52–62, https://doi.org/10.24269/jteb.v2i2.5708.

[56] Salma Machbub et al., "ANALISIS DAMPAK SERTIFIKASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi Tahun 2020-2021)," *Ekonom* 3, no. 3 (2023): 140–48, https://doi.org/10.58432/ekonom.v3i3.1012.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 6 Nomor 4 Juli 2025
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1478-1497

V. KESIMPULAN

Sertifikasi halal tidak lagi sekadar kewajiban religius, tetapi telah menjadi instrumen strategis dalam perdagangan internasional. Peningkatan permintaan global terhadap produk halal, baik dari konsumen Muslim maupun non-Muslim, menjadikan sertifikasi ini sebagai indikator mutu, etika, dan keamanan produk. Sertifikasi halal terbukti memperluas akses pasar, meningkatkan daya saing, serta membangun kepercayaan konsumen. Di sisi lain, tantangan seperti belum harmonisnya standar antarnegara dan minimnya pengakuan timbal balik antarlembaga sertifikasi menghambat optimalisasi perdagangan halal. Meski demikian, sertifikasi halal memiliki dampak positif yang luas, baik secara ekonomi maupun sosial, termasuk mendorong partisipasi UMKM dan memperkuat kesadaran konsumen terhadap produk yang sesuai syariah. Dengan demikian, sertifikasi halal berperan penting dalam membangun ekosistem perdagangan global yang inklusif, etis, dan berkelanjutan.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 6 Nomor 4 Juli 2025
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 1478-1497

REFERENSI

ABDULRAOF, ANALYN G. "The Impacts of Halal Certification Policies in the Philippines: A Literature Review." *Cognizance Journal of Multidisciplinary Studies* 4, no. 12 (2024): 648–67. https://doi.org/10.47760/cognizance.2024.v04i12.059.

Adiwinarto, Sulistio, Aris Y. Pawestri, and Muh Chamdani. "Sosialisasi Dan Pendampingan Sertifikasi Halal Produk Kopi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Jubung Jember." *Jurnal Terapan Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 2 (2022): 52–62. https://doi.org/10.24269/jteb.v2i2.5708.

admin setifikasi halal Indonesia. "5 Negara dengan Standar Sertifikasi Halal Terketat." *Sertifikasi Halal* (blog), November 20, 2024. https://sertifikasihalalindonesia.com/2024/11/5-negara-standar-sertifikasi-halal-terketat/.

Akmal, Akmal. "Research on Halal Certification in Indonesia." *Journal of Islamic Economic Literatures* 2, no. 2 (2021). https://doi.org/10.58968/jiel.v2i2.57.

Ali, Afzaal, Mehkar Sherwani, Adnan Ali, Zeeshan Ali, and Mariam Sherwani. "Investigating the Antecedents of Halal Brand Product Purchase Intention: An Empirical Investigation." *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 7 (May 22, 2020): 1339–62. https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0063.

Al-Mahmood, Omar A., and Angela Fraser. "Perceived Challenges in Implementing Halal Standards by Halal Certifying Bodies in the United States." *Plos One* 18, no. 8 (2023): e0290774. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0290774.

Anggarkasih, Made G., and Prima S. Resma. "The Importance of Halal Certification for the Processed Food by SMEs to Increase Export Opportunities." *E3s Web of Conferences* 348 (2022): 00039. https://doi.org/10.1051/e3sconf/202234800039.

Arifai, Samsul. "The Role of the Halal Industry in Improving the Economy and Alleviating Poverty Post-Covid-19 Pandemic in Indonesia." *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues* 3, no. 1 (2023): 21–28. https://doi.org/10.30653/ijma.202331.70.

Azam, Md S. E., and Moha A. Abdullah. "Global Halal Industry: Realities and Opportunities." *International Journal of Islamic Business Ethics* 5, no. 1 (2020): 47. https://doi.org/10.30659/ijibe.5.1.47-59.

Azis, Saipul, Hulwati Hulwati, Duhriah Duhriah, and Aidil Novia. "Research Trends in Halal Certification and Labeling: Bibliometric Analysis and Systematic Literature Review." *Arjis* 3, no. 3 (2024): 232–53. https://doi.org/10.58824/arjis.v3i3.169.

Baso R, Nasrillah Bin Sapa, Cut Muthiadin, and Sumarni S. "Pentingnya Sertifikasi Halal Dalam Perdagangan Internasional." *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemn, Dan Akuntansi* 4, no. 1 (2024): 30000–13.

Bobby, Muhammad, and Adela Rahmadani. "Food Buying and Selling Without Halal Labels: Case Review in BPJPH of South Sumatera." *Milkiyah*

Jurnal Hukum Ekonomi Syariah 3, no. 1 (2024): 53–60. https://doi.org/10.46870/milkiyah.v3i1.834.

Faridah, Hayyun D. "Halal Certification in Indonesia; History, Development, and Implementation." *Journal of Halal Product and Research* 2, no. 2 (2019): 68. https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78.

Fitri, Raisa, Sudarmiatin Sudarmiatin, and Della A. Z. Lia. "Urgency of Halal Certification on the Performance of MSMEs." *Journal of Economics Finance and Management Studies* 06, no. 10 (2023). https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i10-12.

Gunawan, Setiyo, Juwari Juwari, Hakun W. Aparamarta, Raden M. A. Darmawan, and Nur A. Rakhmawati. "Pendampingan Berkelanjutan Sistem Jaminan Halal Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)." *Sewagati* 5, no. 1 (2021): 8. https://doi.org/10.12962/j26139960.v5i1.8120.

Halik, Abdul C. "Efektivitas Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Dan Optimasi Rantai Pasok." *Peshum* 4, no. 3 (2025): 3772–80. https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.7517.

Hasan, Haslinda, Rini Suryati Solung, and Geoffrey Harvey Tanakinjal. "Halal Certification Among the SMEs in Kinabalu, Sabah." *JCS*, 2020. https://doi.org/DOI: 10.29244/jcs.5.1.16-28.

Hasan, Maisyarah R., and Mohd S. A. Latif. "Towards a Holistic Halal Certification Self-Declare System: An Analysis of Maqasid Al-Sharīʿah-Based Approaches in Indonesia and Malaysia." *Mazahib* 23, no. 1 (2024): 41–78. https://doi.org/10.21093/mj.v23i1.6529.

Hasanah, Uswatun, Budi Sunarko, Vera N. Sulistyawan, Alfian Arsyad, Mukhamad Farkhan, and Citra N. Aini. "Pendampingan Sertifikasi Halal Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing Produk Pangan Umkm Desa Wisata Melung." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 7, no. 5 (2023): 4971. https://doi.org/10.31764/jmm.v7i5.17480.

Husin, Maizaitulaidawati M., Suzilawati Kamarudin, and Adriana M. Rizal. "Food and Beverage Industry Competitiveness and Halal Logistics: Perspective From Small and Medium Enterprises in Malaysia." *Asian Journal of Islamic Management (Ajim)* 3, no. 1 (2021): 1–10. https://doi.org/10.20885/ajim.vol3.iss1.art1.

Kasanah, Nur, and Muhammad Sajjad. "Potensi, Regulasi, Dan Problematika Sertifikasi Halal Gratis." *Journal of Economics Law and Humanities* 1, no. 2 (2022): 28–41. https://doi.org/10.21154/jelhum.v1i2.1196.

Kusumastuti, Dani. "Minat Beli Produk Halal Di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis." *Mabsya Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 2 (2020): 27–50. https://doi.org/10.24090/mabsya.v2i2.3929.

Machbub, Salma, Fani Nopiyanti, Tira N. Fitria, and Lina Marlina. "ANALISIS DAMPAK SERTIFIKASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi Tahun 2020-2021)." *Ekonom* 3, no. 3 (2023): 140–48. https://doi.org/10.58432/ekonom.v3i3.1012.

Mukhtasor, Mukhtasor, Hasan Ikhwani, Widi A. Pratikto, Shade Rahmawati, Dendy Satrio, and Sujantoko Sujantoko. "Edukasi Sistem Jaminan Halal Dan Urgensinya Bagi Masyarakat Pesisir Penggerak Ekonomi Kreatif." *Sewagati* 6, no. 4 (2022): 1–6. https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i4.227.

Munawar, Munawar, and Arif Mugiono. "Framework for Smart Contract Blockchain in Halal Traceability, Integrity, and Transparency." *International Journal of Electrical and Computer Engineering (Ijece)* 14, no. 3 (2024): 2875. https://doi.org/10.11591/ijece.v14i3.pp2875-2884.

Ningrum, Ratih P. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai (Rahn) Di Pegadaian Syariah CPS Solo Baru." *Jurnal Syarikah Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 186–96. https://doi.org/10.30997/jsei.v9i2.8825.

Nurwandri, Andri, Daud Marzuki, and Yanuardin Yanuardin. "Sosialisasi Sertifikasi Produk Halal Bagi Pelaku Umkm Di Desa Air Teluk Hessa, Kecamatan Air Batu, Kabupaten Asahan." *JPM* 3, no. 3 (2023). https://doi.org/10.59818/jpm.v3i3.485.

Pujilestari, Shanti, and Rahmawati Rahmawati. "Peningkatan Pemahaman Dan Sikap Sertifikasi Halal Self-Declare Pada Usaha Susu Kedelai Di Kota Bekasi." *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia* 3, no. 5 (2023): 1401–8. https://doi.org/10.54082/jamsi.886.

Purbasari, Indah, Murni Murni, Azizah Azizah, Faris Hamidi, and Qolbian Rohim. "Empowering Micro and Small Enterprises Legal for Halal Certification in Tajungan Village Kamal Bangkalan." *Community Development Journal* 7, no. 1 (2023): 15–21. https://doi.org/10.33086/cdj.v7i1.4028.

Purnama, Muhammad Y., and Roma Ulinnuha. "Transformasi Pengetahuan Dan Realitas Sosial Pelaku Umk Tentang Label Halal." *Jurnal Analisa Sosiologi* 12, no. 4 (2023). https://doi.org/10.20961/jas.v12i4.71327.

Putro, Herdayanto S., Yatim L. Ni'mah, Susi A. Wilujeng, Susy B. Astuti, Aunurohim Aunurohim, Taslim Ersam, M.Si H. P. Santoso, et al. "Membangun Industri Halal Dalam Mendukung Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia Melalui Program Gerakan Menuju Sertifikasi Halal (GEMESH)." *Sewagati* 7, no. 4 (2023): 584–92. https://doi.org/10.12962/j26139960.v7i4.544.

Qoni'ah, Risa. "Tantangan Dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia Di Pasar Global." *Halal Research Journal* 2, no. 1 (2022). https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.246.

Rahayuningsih, Eka, and Muhammad L. Ghozali. "Sertifikasi Produk Halal Dalam Perspektif Mashlahah Mursalah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 135. https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929.

Rakhmawati, Nur A., Setiyo Gunawan, Rarasmaya Indraswari, Ita Ulfin, Lienggar Rahadiantino, Lailatul Qadariyah, Ahmad Muklason, et al. "Gerakan 1000 Sertifikat Halal Untuk Mendukung Kewajiban Sertifikat Halal 2024." *Sewagati* 8, no. 3 (2024): 1653–62. https://doi.org/10.12962/j26139960.v8i3.959.

Ramli, Mohd A., Muhamad A. A. Razak, and Mohamad H. Jaafar. "Understanding Non-Muslims' Reluctance to Halal Food: A Systematic Review." *Journal of Islamic Marketing* 14, no. 2 (2021): 544–61. https://doi.org/10.1108/jima-05-2021-0134.

Ridho, Muhamad, Acep A. Maulana, Rani Herliyani, Nunik N. Palah, and Lina Marlina. "Persepsi UMKM Produk Olahan Ayam Tentang Sertifikasi Halal." *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal* 3, no. 2 (2023): 44–55. https://doi.org/10.15575/likuid.v3i2.25923.

Saifuddin, Warto A., and Samsuri Samsuri. "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia." *Al Maal Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (2020): 98. https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803.

Secinaro, Silvana, and Davide Calandra. "Halal Food: Structured Literature Review and Research Agenda." *British Food Journal* 123, no. 1 (2020): 225–43. https://doi.org/10.1108/bfj-03-2020-0234.

Siregar, Muhammad R., Ahmad Rifai, and Mariana Mariana. "Hukum Ekonomi Syariah Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Hubungan Bisnis Muslim Dan Non-Muslim Di Timur Tengah Studi Kasus Uni Emirat Arab." *Jurnal Justisia Ekonomika Magister Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2022). https://doi.org/10.30651/justeko.v6i2.15036.

Suhaimi, Muhammad, and Marliyah Marliyah. "Peluang Dan Tantangan Industri Halal Menuju Pusat Industri Global." *Ekonom* 3, no. 1 (2023): 37–45. https://doi.org/10.58432/ekonom.v3i1.768.

Widiarty, Wiwik S. "Legal Effectiveness in the Application of Halal Product Assurance Certification to MSME Business Actors According to Law Number 33 of 2014 Concerning Halal Product Assurance." *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 5, no. 6 (2024): 2886–95. https://doi.org/10.59141/jist.v5i6.1123.

Wiyono, Sulistyodewi N., Yosini Deliana, Eliana Wulandari, and Nitty H. Kamarulzaman. "The Embodiment of Muslim Intention Elements in Buying Halal Food Products: A Literature Review." *Sustainability* 14, no. 20 (2022): 13163. https://doi.org/10.3390/su142013163.

Zahradika, Afuan, and Dodi Permadi. "Pemetaan Kehalalan Produk Pelaku Umkm Kecamatan Sukasari Kota Bandung." *Agroindustrial Technology Journal* 7, no. 1 (2023). https://doi.org/10.21111/atj.v7i1.9414.

Zainalabidin, Fazly A., Fadilah M. Hassan, Nur S. M. Zin, Wan N. W. Azmi, and Mohd I. Ismail. "Halal System in Meat Industries." *Malaysian Journal of Halal Research* 2, no. 1 (2019): 1–5. https://doi.org/10.2478/mjhr-2019-0001.