



Label Halal: Eksplorasi, Persepsi Dan Urgensi Sosialisasi

Khairatun Hisan

Insitut Agama Islam
Darussalam Martapura,
Kalimantan Selatan, Indonesia

Lisda Aisyah*

Insitut Agama Islam
Darussalam Martapura,
Kalimantan Selatan, Indonesia

Lola Mahlihah

Insitut Agama Islam
Darussalam Martapura,
Kalimantan Selatan, Indonesia

Muhammad Sauqi

Insitut Agama Islam
Darussalam Martapura,
Kalimantan Selatan, Indonesia

Aswan Nazairin

Insitut Agama Islam
Darussalam Martapura,
Kalimantan Selatan, Indonesia

*Corresponding Author

Email:

lisdaaisyah33@gmail.com

Genesis Artikel

Received : 10 Desember 2024

Revised : 28 April 2025

Accepted : 14 Mei 2025

Publish : 4 Juli 2025

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi masyarakat terhadap label halal serta memberikan sosialisasi mengenai urgensi dan manfaatnya melalui pendekatan partisipatif masyarakat Kab. Banjar di Desa Tambak Anyar Kecamatan Martapura. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah *Asset-Based Community Development (ABCD)*, yang menitikberatkan pada pemanfaatan potensi dan aset lokal sebagai dasar pengembangan program. Tahapan yang dilaksanakan meliputi *discover* (identifikasi aset komunitas), *dream* (perumusan harapan bersama), *design* (perancangan aksi sosialisasi), *deliver* (implementasi), dan *evaluate* (evaluasi dampak). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, diskusi kelompok terarah (FGD), serta pre-post test. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan ABCD efektif dalam meningkatkan eksplorasi, persepsi serta kesadaran masyarakat dan pelaku UMKM terhadap urgensi label halal. Selain itu, kegiatan ini berhasil menghasilkan modul edukasi halal, serta mendorong inisiatif masyarakat untuk membentuk komunitas sadar halal sebagai bentuk keberlanjutan program.

Kata Kunci: eksplorasi; label halal; persepsi; urgensi sosialisasi.

Abstract

This community service activity aims to explore public perceptions of the halal label and to conduct outreach on its urgency and benefits through a participatory approach involving the community of Banjar Regency in Tambak Anyar Village, Martapura District. The method employed in this activity is *Asset-Based Community Development (ABCD)*, which emphasizes the utilization of local potentials and assets as the foundation for program development. The stages carried out include *discover* (identification of community assets), *dream* (formulation of shared aspirations), *design* (development of the outreach strategy), *deliver* (implementation), and *evaluate* (impact evaluation). Data collection techniques were conducted through observation, interviews, focus group discussions (FGDs), and pre-posttests. The results show that the ABCD approach is effective in enhancing exploration, perception, and community as well as MSME awareness of the urgency of the halal label. Moreover, the program successfully produced a halal education module and encouraged community initiatives to establish a halal awareness group as a form of program sustainability.

Keywords: exploration; halal label; perception; socialization urgency.

Cara Mensitasi :

Hisan, K., Aisyah, L., Mahlihah, L., Sauqi, M., Nazairin, A. (2025). Label Halal: Eksplorasi, Persepsi Dan Urgensi Sosialisasi. *Jalujur: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Vol 4 (1), 23-31.



This is an open access article under the CC-BY License

(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Pendahuluan

Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mengatur bahwa setiap produk yang beredar di Indonesia harus bersertifikat halal. Hal ini penting menurut [Baihaqi \(2024\)](#), karena mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim yang memerlukan jaminan halal atas produk yang mereka konsumsi. Namun, banyak pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) yang belum memiliki pemahaman mendalam terkait prosedur sertifikasi halal, baik dari sisi manfaat ekonomi maupun persyaratan administratif. Melihat pentingnya hal tersebut, diperlukan adanya kegiatan sosialisasi yang bertujuan memberikan pemahaman yang komprehensif kepada pelaku UMK mengenai sertifikasi halal, agar mereka dapat mempersiapkan diri dan usahanya untuk memenuhi standar halal yang ditetapkan. Sertifikasi halal menjadi salah satu elemen penting dalam industri pangan dan non-pangan di negara dengan mayoritas penduduk Muslim, termasuk Indonesia. Sertifikasi menurut [Soedarmono \(2022\)](#), tidak hanya memberikan jaminan bahwa produk yang dikonsumsi sesuai dengan syariat Islam, tetapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Sosialisasi mengenai pentingnya sertifikasi halal menjadi krusial karena kesadaran masyarakat terhadap kehalalan produk yang dikonsumsi semakin meningkat. Produk yang bersertifikat halal menurut [Nurwandri dkk \(2023\)](#), tidak hanya dibutuhkan oleh konsumen muslim, tetapi juga menjadi preferensi bagi konsumen yang memperhatikan faktor kesehatan dan kualitas produk.

Di Indonesia saat ini, peraturan mengenai sertifikasi halal diatur dalam Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Undang-undang ini memberikan dasar hukum yang kuat bagi implementasi sertifikasi halal di berbagai sektor industri. Namun, meskipun regulasi telah diterapkan, tantangan dalam sosialisasi dan pelaksanaan sertifikasi halal masih signifikan. Berdasarkan [Suci \(2017\)](#) menyebutkan bahwa banyak produsen, terutama dari kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang belum memahami pentingnya sertifikasi halal, baik dari sisi legalitas maupun peluang pasar. Oleh karena itu, sosialisasi secara menyeluruh diperlukan agar seluruh pihak yang terlibat, baik produsen maupun konsumen, dapat memahami dan memanfaatkan sertifikasi halal secara optimalisasi.

[Hamka dkk \(2023\)](#) menyebutkan bahwa sosialisasi sertifikasi halal diharapkan dapat memberikan edukasi tentang proses sertifikasi, manfaat yang diperoleh, serta dampak positif terhadap daya saing produk lokal di pasar global. Dengan adanya sosialisasi yang efektif, diharapkan semakin banyak pelaku usaha yang tergerak untuk mengurus sertifikasi halal dan pada akhirnya meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar internasional.

Adapun Sertifikasi halal di Indonesia berdasarkan jurnal [Hidayat dkk \(1999\)](#), diatur secara resmi melalui beberapa regulasi yang dirancang untuk menjamin bahwa produk-produk yang beredar di pasar, baik produk makanan, minuman, kosmetik, obat-obatan, hingga barang gunaan lainnya, sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Peraturan utama yang mengatur sertifikasi halal di Indonesia adalah Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), yang berlaku sejak 17 Oktober 2019. Peraturan ini menegaskan bahwa setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikat halal.

1. Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH)

Undang-undang ini menjadi dasar hukum utama dalam pelaksanaan sertifikasi halal di Indonesia. Pasal 4 UU JPH menyatakan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikat halal. Produk yang dimaksud meliputi makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, produk kimiawi, produk biologis, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang digunakan oleh masyarakat (UU No. 33/2014). Hal ini berarti, tidak hanya produk pangan yang harus memiliki sertifikasi halal, tetapi juga produk non-pangan yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Dalam implementasinya, produk yang tidak memenuhi kriteria halal, seperti yang berbahan dasar haram (misalnya babi atau alkohol), wajib mencantumkan keterangan "Tidak Halal" pada kemasan produknya. Selain itu, UU ini menetapkan bahwa Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), di bawah Kementerian Agama, bertanggung jawab atas

penyelenggaraan sertifikasi halal di Indonesia. BPJPH bekerja sama dengan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI), yang memberikan fatwa halal.

2. Peraturan Pemerintah No. 31 Tahun 2019 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Jaminan Produk Halal

Peraturan Pemerintah (PP) No. 31 Tahun 2019 dikeluarkan sebagai aturan pelaksana dari UU No. 33 Tahun 2014. PP ini memperjelas tata cara sertifikasi halal, termasuk prosedur pengajuan sertifikat, penunjukan LPH, serta peran BPJPH dan MUI dalam proses sertifikasi. PP ini juga menegaskan bahwa sertifikasi halal diwajibkan dilakukan secara bertahap, dimulai dari produk makanan dan minuman, sebelum akhirnya mencakup sektor-sektor lain seperti farmasi, kosmetik, dan barang gunaan pada tahun-tahun berikutnya. Dalam prosesnya, pelaku usaha harus mendaftarkan produknya ke BPJPH untuk kemudian diperiksa oleh LPH. Setelah dilakukan pemeriksaan dan produk dinyatakan halal, MUI akan mengeluarkan fatwa halal yang menjadi dasar penerbitan sertifikat halal oleh BPJPH.

3. Peraturan Menteri Agama No. 26 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal

Peraturan Menteri Agama ini mengatur lebih lanjut mengenai mekanisme pelaksanaan sertifikasi halal. Peraturan ini memuat persyaratan dan tata cara pengajuan sertifikasi halal oleh pelaku usaha, termasuk pelaku UMKM, serta sanksi bagi pelanggaran terhadap kewajiban sertifikasi halal. Salah satu poin penting dalam peraturan ini adalah pemberian kemudahan bagi pelaku UMKM untuk mendapatkan sertifikat halal dengan biaya yang terjangkau dan prosedur yang lebih sederhana.

4. Sanksi terhadap Pelanggaran.

Pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajiban sertifikasi halal dapat dikenai sanksi administratif, yang dapat berupa peringatan tertulis, denda administratif, atau penghentian distribusi produk. Sanksi ini bertujuan untuk memastikan kepatuhan pelaku usaha terhadap aturan sertifikasi halal dan melindungi konsumen Muslim dari produk yang tidak sesuai dengan ketentuan syariah.

Berdasarkan hal tersebut, sertifikasi halal menjadi salah satu komponen kunci bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia. Sertifikasi ini menjamin bahwa produk yang diproduksi dan dipasarkan sesuai dengan prinsip syariah, yang mencakup aspek kehalalan bahan baku, proses produksi, hingga distribusi. Bagi pelaku UMKM, sertifikasi halal tidak hanya menjadi alat pemenuhan kewajiban hukum, tetapi juga memberikan sejumlah keuntungan strategis dalam persaingan pasar. Adapun manfaat sertifikasi halal terhadap UMKM adalah sebagai berikut:

- 1. Sertifikasi halal meningkatkan daya saing produk UMKM** di pasar domestik dan internasional. Di Indonesia, permintaan terhadap produk halal sangat tinggi mengingat mayoritas penduduk beragama Islam. Sertifikasi halal menjadi jaminan bahwa produk aman dikonsumsi oleh Muslim, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan konsumen dan loyalitas pelanggan. Di pasar global, terutama di negara-negara dengan komunitas Muslim yang besar, sertifikasi halal menjadi salah satu prasyarat bagi produk untuk dapat masuk dan bersaing di pasar tersebut.
- 2. Sertifikasi halal memberikan nilai tambah** pada produk UMKM. Produk yang memiliki sertifikat halal sering kali dianggap lebih berkualitas dan higienis, tidak hanya oleh konsumen Muslim, tetapi juga oleh konsumen non-Muslim yang peduli terhadap standar kesehatan dan keamanan produk. Label halal menjadi indikator kualitas yang dapat meningkatkan citra produk di mata konsumen, sehingga produk tersebut lebih mudah diterima oleh berbagai segmen pasar.
- 3. Sertifikasi halal membantu meningkatkan akses UMKM ke pasar yang lebih luas.** Dengan memiliki sertifikat halal, produk UMKM dapat lebih mudah diterima oleh ritel-ritel modern, baik di dalam negeri maupun di luar negeri, yang mensyaratkan kehalalan produk sebagai bagian dari standar mereka. Ini membuka peluang ekspor yang lebih besar bagi

UMKM, terutama ke negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Malaysia, Uni Emirat Arab, dan beberapa negara di Timur Tengah.

4. **Sertifikasi halal membantu pelaku UMKM mematuhi regulasi yang berlaku.** Niza (2023) sebagaimana Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal di Indonesia. Dengan mematuhi peraturan ini, UMKM dapat menghindari sanksi hukum sekaligus memanfaatkan program-program dukungan pemerintah dalam hal pembiayaan dan bimbingan teknis terkait sertifikasi halal (MUI, 2020).

Menurut Pengabdianoleh Shafie dan Othman (2006), sertifikasi halal berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka konsumsi (Zailani dkk, 2019).

Pengabdian ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal memberikan rasa aman dan kenyamanan bagi konsumen Muslim dalam memilih produk, terutama dalam kategori makanan dan minuman. Selain itu, konsumen non-Muslim juga mulai memperhatikan label halal sebagai indikator kualitas dan keamanan produk. Pengabdianini menekankan bahwa sertifikasi halal memberikan keuntungan tambahan bagi produsen karena dapat meningkatkan kepercayaan konsumen secara keseluruhan, yang pada akhirnya berdampak positif pada loyalitas pelanggan dan volume penjualan (Mulyono dan Hidayat, 1992).

Dengan demikian maka dalam rangka mendukung UMKM untuk mendapatkan sertifikasi halal, diperlukan sosialisasi dan bimbingan yang intensif dari pemerintah dan lembaga terkait. Kemudahan akses terhadap informasi, serta biaya sertifikasi yang terjangkau, akan sangat membantu pelaku UMKM dalam mendapatkan sertifikat halal dan memanfaatkannya untuk pengembangan bisnis mereka. Berdasarkan hasil survei dan problematika bahwa wilayah Desa Bana Anyar Kecamatan Martapura dalam pengetahuan masyarakat masih minim dan kurangnya dukungan dari berbagai pihak pada Gambar 1.



Gambar 1. Grafik Informasi Tentang Sertifikat Halal

Sosialisasi dari berbagai masih kurang sehingga informasi dari bagan dari kerabat, bagan dua dari pemerintah dan tiga dari BPJPH. Dari hal ini tentunya peran dari berbagai pihak harus dapat dilakukan, maka kami sebagai akademisi melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan Tema “**Sosialisasi Sertifikasi Halal pada Pelaku UMKM di Desa Tambak Anyar Ilir Kecamatan Martapura Timur**”.

Metode

Pada pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode ABCD. *Asset Based Community Development* merupakan metode berbasis aset, kekuatan serta potensi yang ada yang mendasari tujuan (Moelong, 2012). Pengabdian dengan menganalisis permasalahan-permasalahan yang timbul melalui

program pengabdian masyarakat dalam Sosialisasi pentingnya Sertifikasi Halal pada Produk UMKM di Desa Tambak Anyar Martapura Timur Kabupaten Banjar.

Adapun waktu PKM dilaksanakan pada tanggal 16 Oktober 2024 di Desa Tambak Anyar, Objek Pengabdian merupakan sosialisasi pentingnya sertifikasi halal pada produk UMKM. Sementara itu yang menjadi subjek Pengabdian adalah orang-orang yang terlibat secara tidak langsung dan tidak langsung melalui program pengabdian masyarakat dalam hal ini seperti Kepala Desa Tambak Anyar, Penggiat UMKM, dan tokoh masyarakat. Mereka berperan aktif dalam memberikan informasi dan fasilitas kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya sertifikasi halal.

Menurut Miles (1992) teknik analisis data pada pengabdian dengan metode ABCD ini melalui beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut:

1. *Discover* (Menemukan Aset Komunitas): mengidentifikasi aset komunitas, baik individu (tokoh masyarakat, pelaku UMKM), kelembagaan (masjid, komunitas halal, koperasi), maupun aset fisik (tempat usaha, fasilitas umum); melakukan pemetaan terhadap pelaku usaha yang sudah atau belum memiliki label halal dengan melalui observasi, wawancara dan survei sederhana; dan menggali potensi lokal yang dapat diberdayakan dalam kampanye label halal.
2. *Dream* (Merancang Harapan Bersama): mengajak masyarakat berdiskusi (FGD) mengenai visi bersama tentang pentingnya label halal di komunitas mereka; menyusun tujuan jangka pendek dan jangka panjang yang ingin dicapai bersama, seperti meningkatnya jumlah UMKM bersertifikasi halal atau terbentuknya komunitas sadar halal.
3. *Design* (Mendesain Program Aksi): analisis partisipatif yaitu dengan merancang kegiatan sosialisasi dan edukasi label halal berdasarkan aset yang telah ditemukan; menentukan peran masyarakat lokal dalam mendukung kegiatan (misalnya: penyediaan tempat, konsumsi, partisipasi aktif UMKM) dan mengembangkan modul sederhana mengenai tata cara sertifikasi halal dan manfaatnya.
4. *Define/Deliver* (Melaksanakan Program Aksi): pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan sertifikasi halal kepada masyarakat; melibatkan tokoh lokal dan pelaku usaha dalam diskusi interaktif; dan memberikan gambaran awal bagi UMKM yang ingin mendaftar sertifikasi halal melalui jalur self-declare.
5. *Evaluate & Sustain* (Evaluasi dan Keberlanjutan): melakukan evaluasi terhadap pemahaman masyarakat dengan cara wawancara sebelum dan sesudah kegiatan sosialisasi; mengidentifikasi kebutuhan lanjutan dan strategi keberlanjutan seperti pembentukan komunitas sadar halal.

Berdasarkan hal tersebut pada Pengabdian ini melibatkan berbagai pemangku kepentingan, Kolaborasi ini memungkinkan tersedianya informasi yang lebih komprehensif dan solusi yang lebih efektif karena melibatkan pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan sertifikasi halal.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan sosialisasi ini menunjukkan mengenai eksplorasi melalui observasi lapangan, wawancara, dan *Focus Group Discussion* (FGD) bahwa pemahaman masyarakat, khususnya pelaku UMKM, terhadap label halal masih beragam. Sebagian besar responden mengetahui bahwa label halal berhubungan dengan kehalalan produk, tetapi belum memahami aspek legalitas dan prosedur sertifikasi halal sesuai dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Pada kegiatan sosialisasi juga menghasilkan beberapa temuan penting yaitu:

1. Sebanyak 93% peserta menyatakan siap untuk memulai proses sertifikasi halal, terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Grafik Hasil Survey

Berdasarkan grafik di atas menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai eksplorasi, persepsi dan urgensi sertifikasi halal, beberapa peserta menyatakan ketertarikan dan kesiapan untuk segera mengurus sertifikasi halal bagi produk mereka. Terbentuknya kelompok pendampingan bagi UMK yang akan mengajukan sertifikasi halal.

2. Adanya peningkatan kesadaran mengenai jaminan produk halal yang sesuai dengan regulasi pemerintah.

Adapun mengenai Persepsi masyarakat terhadap label halal cenderung positif, namun masih terdapat beberapa persepsi keliru yang perlu diluruskan. Hasil FGD mengungkapkan beberapa pola persepsi sebagai berikut:

- a. Label halal meningkatkan kepercayaan konsumen. Sebagian besar peserta percaya bahwa produk berlabel halal lebih aman, bersih, dan terpercaya. Kegiatan pengabdian ini juga menyimpulkan bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan citra merek dan memberikan keunggulan kompetitif di pasar, terutama di kalangan konsumen yang sangat memperhatikan aspek kehalalan dalam setiap produk yang mereka konsumsi. Sebagaimana dengan hasil pendapat dari sosialisasi ini bahwa 88% penjaminan sertifikat halal dapat menjamin usaha tergambar pada Gambar 3.



Gambar 3. Hasil Survey Sertifikat Halal sebagai Penjamin Usaha

- b. Proses sertifikasi dianggap sulit dan mahal: Ada asumsi bahwa proses memperoleh sertifikasi halal memerlukan biaya besar dan prosedur yang rumit, padahal saat ini pemerintah telah menyediakan jalur sertifikasi halal *self-declare* secara gratis untuk UMKM tertentu.
- c. Label halal sebagai nilai tambah bisnis: Pelaku UMKM menyadari bahwa produk dengan label halal memiliki daya saing lebih tinggi.

Beberapa temuan hasil Pengabdian / penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh [Marzuki et al. \(2012\)](#), bahwa sertifikasi halal memiliki dampak signifikan terhadap kepercayaan konsumen Muslim. Label halal menurut [Aeni dan Lestari \(2021\)](#) menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian, terutama di kalangan konsumen Muslim yang

sangat peduli dengan kehalalan produk. Sertifikasi halal memberikan jaminan bahwa produk aman untuk dikonsumsi menurut syariah, sehingga menciptakan loyalitas jangka panjang terhadap merek yang bersertifikat halal. Hasil Pengabdian juga menunjukkan bahwa konsumen Muslim lebih cenderung memilih produk bersertifikat halal dibandingkan dengan produk yang tidak memiliki label halal, bahkan jika harga produk tersebut lebih tinggi (Elmi, 2009).

Sertifikasi halal sangat penting terutama bagi UKM yang ingin memasarkan produknya ke tingkat yang lebih luas, sebagaimana studi yang dilakukan oleh Kartika, (2020) menunjukkan bahwa sertifikasi halal memainkan peran penting dalam memperluas akses pasar bagi produk-produk yang ingin menembus pasar global, khususnya di negara-negara dengan mayoritas Muslim. Sertifikasi halal memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk tersebut sesuai dengan standar kehalalan internasional. Selain itu, Pengabdian ini menemukan bahwa produk dengan sertifikat halal lebih mudah diterima di pasar ekspor, tidak hanya di negara-negara mayoritas Muslim, tetapi juga di negara-negara yang memiliki komunitas Muslim yang signifikan, seperti Eropa dan Amerika Utara. Sertifikasi halal dilihat sebagai salah satu alat penting dalam meningkatkan daya saing produk di pasar global.

Berdasarkan hasil temuan pada kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa urgensi sosialisasi label halal semakin penting mengingat beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

- a. Penerapan kewajiban sertifikasi halal untuk produk makanan, minuman, kosmetik, obat tradisional, dan produk lain telah diatur secara bertahap berdasarkan regulasi pemerintah.
- b. Potensi pasar halal global yang sangat besar, dimana produk halal menjadi kebutuhan utama bagi lebih dari 1,9 miliar penduduk Muslim dunia.
- c. Peningkatan literasi halal nasional, yang tidak hanya berfungsi melindungi konsumen, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru bagi pelaku usaha.

Pentingnya sosialisasi label halal juga dikemukakan oleh Niza (2023) pada penelitiannya menekankan bahwa sertifikasi halal tidak hanya memberikan jaminan bahwa produk memenuhi syarat-syarat syariah, tetapi juga diakui sebagai indikator kualitas dan keamanan produk Burhanuddin (2011), menemukan bahwa banyak konsumen, baik Muslim maupun non-Muslim, menganggap produk bersertifikat halal lebih higienis dan bebas dari bahan-bahan yang berpotensi berbahaya. Sertifikasi halal seringkali disamakan dengan standar kualitas tinggi, terutama di sektor makanan dan minuman. Dengan demikian potensi pasar untuk produk dengan label halal tidak hanya untuk skala nasional, namun terbuka lebar hingga skala internasional.

Pengabdian Hamka et al. (2023) mengungkapkan bahwa sertifikasi halal memainkan peran krusial dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama di kalangan konsumen Muslim. Studi ini menunjukkan bahwa label halal memberikan rasa aman bagi konsumen, karena produk yang bersertifikat halal dianggap sesuai dengan prinsip keagamaan dan bebas dari bahan-bahan yang dilarang. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan urgensi sosialisasi label halal agar dapat meningkatkan literasi pemahaman masyarakat terutama pelaku UKM mengenai label halal.

Beberapa hasil dokumentasi yang diabadikan oleh kelompok PKM pada saat sosialisasi, terlihat pada Gambar 4 dan 5 sebagai berikut.



Gambar 4. Kegiatan Sosialisasi Sertifikat Halal Bagi Pelaku Usaha UMKM Kabupaten Banjar



Gambar 5. Sosialisasi Sertifikat Halal Bagi Pelaku Usaha UMKM Kabupaten Banjar

Melalui program sosialisasi berbasis **pendekatan** Asset-Based Community Development (ABCD), kegiatan ini mampu memanfaatkan tokoh lokal, komunitas UMKM, dan lembaga keagamaan sebagai aset penting dalam mempercepat pemahaman masyarakat tentang pentingnya label halal. Kegiatan ini juga meningkatkan keterlibatan masyarakat, sehingga tercapai dari tujuan kegiatan ini untuk meningkatkan eksplorasi, persepsi, dan urgensi sosialisai pada label halal di masyarkat Desa Tambak Anyar, Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan.

Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada eksplorasi, persepsi, dan urgensi sosialisasi label halal menunjukkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat, khususnya pelaku UMK, terhadap label halal masih perlu ditingkatkan. Eksplorasi data mengungkapkan bahwa meskipun persepsi terhadap label halal umumnya positif, namun masih terdapat kesenjangan informasi mengenai prosedur dan kewajiban sertifikasi halal. Penerapan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) terbukti efektif dalam mengidentifikasi potensi lokal, meningkatkan keterlibatan komunitas, serta mempercepat transfer pengetahuan terkait pentingnya label halal. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap konsep, manfaat, dan prosedur sertifikasi

halal. Urgensi sosialisasi label halal menjadi semakin penting mengingat kebutuhan perlindungan konsumen Muslim, kewajiban regulasi nasional, dan peluang besar dalam pasar halal global. Melalui pemanfaatan aset komunitas, sosialisasi halal dapat bertransformasi menjadi gerakan edukasi yang berkelanjutan dan berbasis pemberdayaan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Aeni, Nur, and Maya Tri Lestari. "Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)* 1, no. 2 (2021): 117–26. <https://doi.org/10.47709/jebma.v1i2.996>.
- Arifin, Ridwan, Waspiyah, Salsabila Fakhriyah Ar-raidah, and Vania Yuniar. "Halal Product Guarantee to the Development of Small and Medium Enterprises Business in Indonesia." *Jurnal Hukum Islam* 18 No. 1 (2020): 124–25.
- Baihaqi, B. "Dinamika Dan Implikasi Jaminan Produk Halal Dalam Ekonomi Syariah Global." *Ameena Journal* 2 (2024): 26–34. <https://ejournal.yamal.or.id/index.php/aij/article/view/48>.
- Burhanudin. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikat Halal*. Malang: UIN Maliki Pres, 2011.
- Elmi, A. P. *Label Halal Antara Spiritual Bisnis Dan Komuditas Agama*. Jakarta: Madani, 2009.
- Hamka, Hamka, Siradjuddin Siradjuddin, Ahmad Efendi, and Asriadi Arifin. "Edukasi Dan Promosi Produk Halal (Kajian Literatur)." *Journal of Islamic Economic and Law* 1, no. 1 (2023): 27–34.
- Hidayat, Asep Syarifuddin, Mustolih Siradj, and Jakarta Selatan. "Sertifikasi Halal Dan Sertifikasi Non Halal" 3, no. 8 (1999): 199–210.
- Kartika, Arista Fauzi. "Fenomena Label Halal Is It a Awareness or Branding." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 1 (2020): 87. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.915>.
- Lembaga Pengkajian Obat-obatan, Makanan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). "Data Sertifikasi Halal LPPOM MUI Periode 2011–2018." *Www.Halalmui.Org*, 2019.
- Miles, Matthew B., and A. Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif (Terjemahan Tjejep Rohendi Rohidi)*. Jakarta: UI-Press, 1992.
- Moleong, Lexi J. *Metodologi PengabdianKualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011.
- Mulyono, A, and Y R Hidayat. "Implementasi Kebijakan Sertifikasi Halal Di Indonesia." *Res Publica: Journal of Social Policy Issues* 1 (2022): 1–10. <https://intropublica.org/index.php/rp/article/download/8/8>.
- Niza, J I A. "Penerapan Sistem Jaminan Produk Halal Sebagai Bentuk Kepastian Hukum Perlindungan Konsumen." *Jurnal Studi Islam Indonesia (JSII)* 1, no. 1 (2023): 141–56. <https://ejournal.lapad.id/index.php/jsii/article/view/194%0Ahttps://ejournal.lapad.id/index.php/jsii/article/download/194/138>.
- Nurwandri, Andri, Daud Marzuki, and ' Yanuardin. "Sosialisasi Sertifikasi Produk Halal Bagi Pelaku Umkm Di Desa Air Teluk Hessa, Kecamatan Air Batu, Kabupaten Asahan." *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan* 3, no. 3 (2023): 60–66. <https://doi.org/10.59818/jpm.v3i3.485>.
- Sudarmono, A. "Sertifikat Halal Dan Kontribusinya Terhadap Ekonomi Indonesia." *Transformasi* 4, no. 2 (2022): 206–31.
- Yuli Rahmini Suci. "Perkembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah) Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Cano Economos* 6, no. 1 (2017): 1–31.
- Zailani, Omar, and Kepong. "Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan." *Jurnal Al-Amwal* 8, no. 1 (2019): 17.