
Implikasi Sertifikat Halal Produk dalam Sakralisasi Agama di Indonesia

Cindy Fatimah

IAIN Palangkaraya, Palangka Raya

e-mail: cindyfatimahh@gmail.com

Surawan

IAIN Palangkaraya, Palangka Raya

e-mail: Surawan@iain-palangkaraya.ac.id

Nurul Wahdah

IAIN Palangkaraya, Palangka Raya

e-mail: nurul.wahdah@iain-palangkaraya.ac.id

Abstract: *This paper aims to determine the implications of halal product certification in the sacralization of religion in Indonesia. Halal certification of the product itself is familiar to business people around the world, especially Indonesia. This paper uses a qualitative descriptive approach through a literature review of halal certification practices in Indonesia. The data were obtained from various articles, magazines, books and media about halal certification and related institutions, namely LPPOM MUI (Indonesian Food, Drug and Cosmetics Institute). The results of this study will describe the halal logo certification, its formation, certification stages, and products that must be halal certified. This article also shows that halal certification is related to the sacralization of Indonesian religion. The implications of product halal certification in the sanctity of Indonesian religion, halal certification does not only sanctify a religion, but also provides guarantees, protection, and provides information about the official halal of a product. Halal certification also affects consumer confidence in halal-certified products for consumption because they have the loyalty and legality of the products consumed and used.*

Keywords. *Halal certification; Religion; Indonesia.*

Abstrak: *Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui implikasi sertifikasi produk halal dalam sakralisasi agama di Indonesia. Sertifikasi halal produk sendiri sudah tidak asing oleh para pebisnis di seluruh dunia, khususnya Indonesia. Tulisan ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui kajian literatur praktik sertifikasi halal di Indonesia. Adapun data diperoleh dari berbagai artikel, majalah, buku dan media tentang sertifikasi halal dan lembaga terkait, yaitu LPPOM MUI (Lembaga Pangan, Obat dan Kosmetika Indonesia). Hasil penelitian ini akan memaparkan sertifikasi logo halal, pembentukannya, tahap sertifikasi, dan produk yang harus bersertifikat halal. Artikel ini juga menunjukkan bahwa sertifikasi halal berkaitan dengan sakralisasi agama Indonesia. Implikasi sertifikasi halal produk dalam kesucian agama Indonesia, sertifikasi halal tidak hanya menyakralkan suatu agama, tetapi jugamemberikan jaminan, perlindungan, dan pemberian informasi mengenai halal resmi suatu produk. Sertifikasi halal juga mempengaruhi kepercayaan konsumen pada produk bersertifikat halal untuk dikonsumsi karena memiliki loyalitas dan legalitas produk yang dikonsumsi dan digunakan*

Kata Kunci. *Sertifikasi halal; Agama; Indonesia.*

Pendahuluan

Produk yang memerlukan sertifikasi halal selain bahan makanan yang merupakan produk yang umum digunakan oleh masyarakat umum adalah kosmetik

dan obat-obatan. Bahan pangan adalah produk yang paling penting dan paling mudah untuk melihat label halal pada produknya (Molidia, 2013: 362). Produk yang dikonsumsi masyarakat tidak boleh bertentangan dengan agama, kepercayaan, dan budaya masyarakat, untuk itu diperlukan suatu sistem dan Lembaga yang menjamin keamanan dan perlindungan baik bagi produsen maupun konsumen (Warto, 2020: 99).

Memakan makanan halal bagi umat Islam adalah wajib sebagaimana perintah Allah yang disebutkan dalam Al-Qur'an Surah Al-Maidah ayat 88:

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

Artinya: “Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya” (Depag RI, 2015).

Seorang muslim tidak diperbolehkan untuk mengonsumsi makanan yang haram, seorang muslim dianjurkan untuk mengonsumsi makanan yang baik dan halal sebagai bentuk rezeki dari Allah SWT. Seorang muslim dianjurkan untuk mengonsumsi makanan yang halal, baik dari cara mendapatkannya maupun dari jenis makanan itu sendiri (Wajidi, 2021: 5). Hal ini sesuai dengan hadits Nabi Muhammad SAW yang tercatat sebagai berikut:

Artinya: “Tinggalkanlah sesuatu yang meragukanmu dan Ambillah yang tidak meragukanmu”. (An-Nasa’I, Al-Tarmizi dan Al-Hakim).

Artinya: “Baguskanlah makananmu niscaya Allah SWT akan menerima doa mu”. (Thabrani dan Ibnu Abbas).

Jadi, dalam hadist tersebut seorang muslim dianjurkan untuk memakan makanan yang ideal yakni makanan yang halal dan enak. Makanan secara umum dapat dibedakan dari makanan halal yang buruk, makanan yang baik tetapi tidak halal, makanan yang tidak halal dan makanan yang buruk. Makanan yang ideal adalah makanan yang halal dan baik dan enak untuk dikonsumsi (Siddiqi, 2015: 42-43). Sebelum mengonsumsi suatu makanan, seorang muslim harus memastikan kehalalan makanan yang dikonsumsi oleh Islam. Jaminan kehalalan pangan dapat diwujudkan dalam bentuk sertifikat halal yang sesuai dengan pangan tersebut. Hal ini memungkinkan produsen untuk menyertakan logo halal pada kemasannya (Sayekti, 2014: 192).

Kemudian, menurut Sazelin Arif, konsep halal yang sebenarnya adalah halal, tidak hanya bersih dari unsur halal, tetapi juga kehalalan agama, ruh, akal, nasab dan harta harus dijaga. Selain mengutamakan makanan halal dan *tayyib*, beliau juga menekankan pentingnya dan perlunya menerapkan konsep *Alaniban* dari perspektif Maqasid Syria (Arif, 2012: 42). Pemahaman penuh tentang konsep halal dari sudut pandang teoretis dan praktis merupakan masalah penting yang harus ditekankan kepada semua pengguna. Hal ini karena masalah halal merasuk dan erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari individu. Faktanya, pemahaman yang tepat tentang konsep halal dapat mempengaruhi sikap dan perilaku pengguna serta mempromosikan budaya penggunaan yang sehat dan aman (Hamidon, 2016: 108).

Mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), jumlah umat Islam di Indonesia adalah 237,53 juta per 31 Desember 2021, atau 85,6% dari jumlah penduduk Indonesia adalah Muslim (Bayo, 2022). Indonesia merupakan penyumbang terbesar penduduk muslim

dunia, mencapai 12,6% (Diamant, 2019). Sementara itu, pada tingkat penduduk global, Islam merupakan agama dengan jumlah pemeluk yang relatif besar, mencapai 23 persen (Sitiawan, 2019: 233). Masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam menuntut pemerintah untuk lebih memperhatikan sertifikasi halal dalam produksi makanan, kosmetika dan obat-obatan (Warto, 2020: 99). Namun pemerintah perlu membangun literasi yang baik terkait informasi halal produk tersebut. Literasi dianggap sebagai modal utama bagi siswa maupun generasi muda dalam belajar dan menghadapi tantangan-tantangan masa depan. Literasi pada awal kemunculannya dimaknai sebagai keberaksaraan atau melek aksara yang fokus utamanya pada kemampuan membaca dan menulis, dua keterampilan yang menjadi dasar untuk melek dalam berbagai hal (Surawan & Fatimah, 2021).

Jaminan halal tidak hanya dapat ditentukan oleh produsen, tetapi harus melalui proses pemeriksaan dan evaluasi yang objektif oleh lembaga inspeksi halal. Informasi tentang sistem suatu produk yang dinyatakan halal dilakukan dengan menerbitkan sertifikat halal, dan produk halal diberikan status halal kepada konsumen dengan tanda halal pada kemasan produk. (Ilyas, 2017: 86). Menyiapkan makanan halal dan aman merupakan bisnis yang sangat potensial karena dapat menawarkan pelanggan setia yang dicari tidak hanya oleh umat Islam tetapi juga oleh masyarakat non-Muslim melalui label halal (sertifikasi). Di sisi lain, bagi oknum produsen yang menjual produknya di negara mayoritas muslim seperti Indonesia, produknya sangat tidak diminati dan merugikan pengusaha itu sendiri. (Muru, 2019: 192).

Memiliki sertifikat halal dan tanda halal dapat menjadi tolak ukur kualitas produk pangan bagi produsen, maka saat ini sertifikasi halal MUI (SH) mutlak diperlukan. Bahkan dalam fungsi produksi pangan, tidak hanya keluarga Muslim atau non-Muslim, tetapi hampir semua orang dan kepada produsen yang berbeda keyakinan (Hassan, 2014: 229). Gaya hidup (*lifestyle*) halal baru-baru ini menyebar ke seluruh dunia, tidak hanya di negara-negara mayoritas Muslim, tetapi juga di negara-negara non-Muslim. Kesadaran akan praktik makanan halal tumbuh dengan ekspansi pariwisata halal global, yang tidak hanya terbatas pada sektor tujuan wisata yang terkait dengan situs-situs Islam (religius), tetapi juga memenuhi kebutuhan pariwisata itu sendiri. Kesadaran mengenai kesehatan lah yang mendorong masyarakat non muslim untuk mengonsumsi makanan halal (Hidayat, 2015: 201).

Sertifikasi halal bukan hanya sebagai standar kehalalan suatu produk, tetapi juga sebagai daya tarik penjualan, dengan adanya sertifikasi halal membuat konsumen tertarik dengan suatu produk karena memiliki sertifikasi mengenai kehalalannya. Logo halal identik dengan nuansa keislaman, atau salah satu hal yang dianggap sakral karena adanya tulisan halal yang memakai huruf Arab. Adapun pengertian sakral sendiri yaitu sesuatu yang dianggap suci dan mempunyai makna yang tinggi dan selalu dikaitkan dengan suatu hal seperti agama ataupun kepercayaan (Muhammad, 2013: 269). Penggunaan logo halal pada suatu produk akan berimplikasi pada agama islam sendiri, atau hanya sebagai standarisasi kehalalan suatu produk, mengingat pengusaha bahan pangan, kosmetik dan juga obat-obatan ada yang muslim dan non-muslim (Ramlan, 2014: 147).

Berdasarkan permasalahan tersebut, tulisan ini akan membahas mengenai sertifikasi halal, mulai dari awal munculnya, tahapan dan produk yang disertifikasi halal

serta akan membahas implikasi dari sertifikasi halal produk dalam sakralisasi agama, yakni agama Islam yang ada di Indonesia.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan meneliti pada kondisi obyek alamiah, di mana peneliti sebagai instrumen yang valid. Jenis penelitian ini ialah penelitian kajian pustaka (*library research*) yang bersifat deskriptif. Selanjutnya, yang menjadi subjek penelitian adalah Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama dan di Lembaga Pengkajian, Obat-obatan dan Kosmatika (LPPOM) MUI Pusat. Langkah observasi terstruktur dilakukan dalam penelitian ini sebab fokus penelitian telah ditentukan, yaitu bagaimana implikasi sertifikasi halal bagi bisnis produk halal di Indonesia. Pengumpulan data berupa dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berupa catatan peristiwa yang sudah berlalu, gambar, tulisan, atau karya dari seseorang. Dokumen dalam bentuk tulisan bisa berupa catatan harian, jurnal, buku, majalah, kebijakan dan peraturan oleh Lembaga Pengkajian, Obat-obatan dan Kosmatika (LPPOM) MUI.

Pembahasan

Sertifikasi Halal di Indonesia

Sertifikasi halal adalah sertifikasi yang dikeluarkan oleh Lembaga Penelitian Pangan, Obat dan Kosmetika (LPPOM-MUI) Majelis Ulama Indonesia, yang menunjukkan bahwa produk tersebut sesuai dengan syariat Islam (Segati, 2018: 162). Lembaga Pangan, Obat, dan Kosmetika (LPPOM) Majelis Ulama Indonesia bertanggung jawab untuk menyelidiki, mengkaji, menganalisis, dan menentukan keamanan pangan dan turunannya, obat-obatan, dan kosmetika. Memberi maklumat, merumuskan dan membimbing umat dalam perspektif Islam yang sehat dan sesuai pada syariat (yaitu halal bagi umat Islam dan baik untuk dikonsumsi), khususnya di wilayah Indonesia. (Chairunnisyah, 2017: 64).

Sertifikasi halal merupakan salah satu bentuk perlindungan konsumen yang menjamin produk konsumen melalui tahap pemeriksaan dan dinyatakan halal oleh instansi terkait, sehingga memberikan ketentraman dan ketentraman bagi masyarakat. Peran LPPOMMUI dalam pelaksanaan sertifikasi Halal pada saat ini masih sebatas sukarela (*voluntary work*) dan tidak bersifat wajib (*compulsory*). Agensi ini hanya bekerja dengan produsen yang paham dengan sertifikasi produknya. Lembaga ini tidak memiliki wewenang untuk memaksakan persetujuan pasar atas produk. (Faidah, 2017: 451).

Sertifikasi Halal MUI ini merupakan persyaratan untuk mendapatkan izin dari instansi pemerintah yang berwenang untuk menempatkan label Halal pada kemasan produk. Produk yang telah lolos uji halal oleh MUI telah melalui serangkaian proses dan uji yang membuktikan bahwa produk tersebut habis pakai dan tidak murni. Indikator yang diperhatikan yaitu: 1) adanya logo halal yang penting pada kemasan makanan, 2) perbedaan antara logo halal MUI asli dan logo halal non-asli, 3) produk berkualitas bersertifikat halal, 4) produk berlogo halal, yang telah melewati serangkaian tindakan proses pengujian halal terstruktur. 5) Jangan ragu untuk makan makanan bermerek Halal. (Setyaningsih, 2019: 66).

Menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI), produk halal adalah produk yang sesuai dengan syariat Islam, dengan kata lain, hewan yang disembelih sesuai dengan ajaran Islam. Kedua, bahannya tidak boleh mengandung babi. Ketiga: Bukan zat terlarang seperti darah. Keempat: Tidak menggunakan tempat produk disimpan, dijual atau diangkut di tempat yang tidak bersih kecuali telah dibersihkan dengan prosedur yang sah. Kelima: makanan dan minuman yang tidak terbuat dari anggur yang mengandung alkohol. Keenam, tidak terbuat dari organ tubuh manusia, sampah yang tidak menyenangkan, dan sebagainya (Hasan, 2014: 24). Dalam Bab VIII Undang-Undang, Pasal 18, Pasal 97, Ayat 1, 2 dan 3 Tahun 2012 tentang Pangan yang berkaitan dengan pangan halal dan peraturan iklan pangan, label halal dan daftar bahan pangan yang dijual di dalam negeri dan di luar negeri. Termasuk, tanggal, bulan, tanggal kedaluwarsa, nomor persetujuan distribusi, dan sebagainya. Ditulis dalam bahasa Indonesia baik di dalam maupun di luar kemasan (Zahrah, 2019: 129).

Label halal dengan logo halal pada kemasan produk pangan menunjukkan legalitas jaminan kehalalan pada produk tersebut. Label berisi banyak informasi dan membuat makanan kemasan legal. Label harus memuat setidaknya nama produk/merek, informasi bahan, bahan tambahan dalam formulasi, kandungan produk, informasi nutrisi, tanggal kedaluwarsa, dan informasi legalitas. (Dewi, 2020: 70-71). Sertifikasi halal adalah proses perizinan dan pemeriksaan makanan untuk otoritas yang berwenang mengeluarkan sertifikasi produk halal. Di sisi lain, pelabelan halal adalah proses permohonan izin dari organisasi berlisensi untuk membuat keputusan untuk mengizinkan pengusaha memberikan label halal pada paket makanan. Adanya sertifikasi ini, perusahaan dapat menggunakan logo "Halal" untuk dicetak pada kemasan produk atau dipajang di tempat perusahaan yang dikeluarkan oleh BPOM. (Wibasur, 2020: 70).

Sebelum adanya sertifikasi halal oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tahun 1989, Departemen Kesehatan memulai pelabelan halal pada makanan Indonesia pada akhir tahun 1976. Tepat pada tanggal 10 November 1976, semua makanan dan minuman, termasuk babi atau turunannya, harus disajikan, Definisi bahwa makanan mengandung babi. Hal ini diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 280/Men.Kes/Per/XI/76 tentang Peredaran dan Labeling Pangan yang Mengandung Bahan Babi. (Faridah, 2019: 70).

Gambar 1. Tanda peringatan logo produk mengandung babi.



(Sumber: MUI)

Sepuluh tahun kemudian, pada 12 Agustus 1985, labelnya diubah. Awalnya ditambahkan ke label "*CONTAINS BABI*", dan akhirnya diganti dengan label "*HALAL*". Label pangan adalah informasi yang memuat informasi terkait pangan dan dapat dilampirkan atau dicantumkan dalam kemasan berupa gambar, teks, atau kombinasi keduanya (Maulidia, 2013). Untuk memenuhi ketentuan tersebut telah

diterbitkan Kementerian Agama (KMA) 518 Tahun 2001 dan KMA 519 Tahun 2001 dan Menteri Agama memeriksa, memproses dan menetapkan sertifikasi halal. MUI bekerja sama dengan BPOM untuk memasang logo Halal pada kemasannya (Maulidia, 2013: 359-390).

Gambar 2. Logo halal di Indonesia



(Sumber: MUI)

Gambar di atas merupakan logo halal resmi di Indonesia yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan beberapa kali terjadi perubahan dari logo halal itu sendiri sebagai kebijakan baru dari (MUI). Selanjutnya ialah beberapa logo halal resmi di beberapa negara.

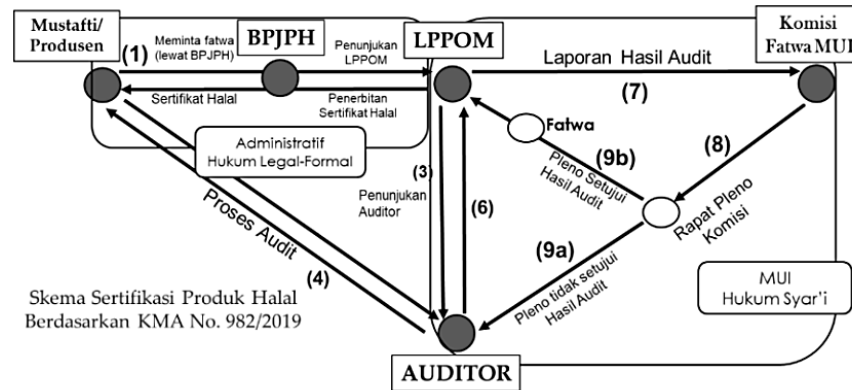
Gambar 3. Logo halal di dunia



(Sumber: MUI)

Gambar di atas adalah beberapa logo Halal di beberapa negara. BPJPH akan menggantikan peran LPPOMMUI dalam proses sertifikasi halal, khususnya di Indonesia, khususnya UU JPH 2014 dan PP 2019 tentang Produk. Meskipun ada proses sertifikasi halal, perubahan tersebut tidak termasuk persiapan BPJPH dan dapat mempengaruhi proses sertifikasi halal yang diterapkan hingga saat ini. Untuk mencegah hal tersebut, Menteri Agama mengeluarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia. Keputusan 982 tentang Layanan Sertifikasi Halal diambil pada tahun 2019 oleh BPJPH bekerja sama dengan Majelis Cendekiawan Indonesia (MUI) untuk menentukan obesitas produk halal dalam penyediaan layanan sertifikasi halal dari Lembaga Pangan, Obat dan Kosmetika MUI (LPPOM-MUI).) dan perspektif halal. Kolaborasi dikonfirmasi. Tes dan tes. Produsen. Mengenai layanan sertifikasi halal berbasis angka dari KMARI tahun 2019, sistem sertifikasi halal adalah sebagai berikut. (Warto dan Samsuri, 2020: 102).

Gambar 4. Skema Alur Proses Sertifikasi Mandatory Sesuai KMA No. 982/2019



Gambar di atas menunjukkan proses tahapan sertifikasi halal di Indonesia, keputusan Menteri Agama (KMA) 518 tahun 2001 dan KMA 519 tahun 2001, Menteri Agama menunjuk MUI sebagai lembaga sertifikasi halal. dijelaskan. dan pengobatan. Sertifikat Halal MUI bekerja sama dengan BPOM untuk menempelkan logo Halal pada kemasannya (Mohammad, 2021: 166).

Implikasi Sertifikasi Halal Produk dalam Sakralisasi Agama di Indonesia

Sertifikasi produk halal memiliki implikasi yang signifikan baik bagi konsumen maupun produsen produk. Perdagangan halal menjadi topik yang menarik, terutama di Indonesia, karena Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia. Hal ini memberikan potensi besar bagi Indonesia untuk industri pengembangan produk halal global. (Warto, 2020: 106). Penelitian yang dilakukan oleh Warto membuktikan bahwa sertifikasi logo halal erat kaitannya dengan kesakralan agama islam, yakni daya tarik pembeli lebih besar dengan adanya sertifikasi halal.

Adapun sifat sacral yaitu keyakinan yang dipercayai memiliki karakteristik, misalnya benda dan tempat yang diperlakukan secara baik oleh beberapa sekelompok orang untuk menghargai dan menghormati benda atau tempat tersebut. Menurut pandangan Miercea Eliade yang dikutip oleh Kusumawati, dalam penelitiannya didasarkan pada agama masyarakat kuno yaitu orang yang hidup di zaman prasejarah atau bahkan orang suku dengan budaya terbelakang yang hidup saat ini. Manusia purba memisahkan dua daerah tempat tinggal mereka, yaitu daerah dalam suci dan alam duniawi. Kerajaan dunia adalah kerajaan kehidupan sehari-hari, sedangkan yang sakral adalah alam gaib. Sehingga hal-hal duniawi mudah hilang, dilupakan, seperti bayangan, dan tempat di mana laki-laki berkeliaran, sementara sakral itu abadi, penuh substansi dan realitas, tempat di mana semua ketertiban dan kesempurnaan bersemayam, di mana arwah para leluhur, para ksatria dan dewa (Kusumawati, 2013: 149). Jadi, masyarakat kuno memisahkan konsep dua alam, yaitu duniawi dan suci.

Hal-hal yang sakral sendiri dapat disembah, dihormati, dan diperlakukan dalam upacara dan upacara tertentu. Adapun benda atau tempat yang suci dalam agama Islam, seperti dalam Al-Qur'an, itu harus dihormati dan Ketika ingin dibaca harus memperhatikan adab, seperti bersuci, mengenakan pakaian yang pantas dan dengan sopan. Adapun tempat sakral dalam agami Islam ialah Ka'bah yakni tempat suci yang

digunakan sebagai tempat ibadah haji, dikelilingi oleh banyak orang muslim yang dikenal sebagai ibadah Tawaf. (Muhammad, 2013: 272).

Memperoleh sertifikat halal merupakan syarat untuk dapat mendapatkan logo halal untuk verifikasi sertifikasi produk yang baik dan halal. Selain itu, logo halal tersebut memang ditunjukkan kepada masyarakat luas agar masyarakat dapat mengetahui apakah produk yang dijual halal atau tidaknya suatu produk. Penulisan logo halal dalam abjad Arab sebagai identitas suatu produk yang memang di khususkan kepada umat muslim (Afronyati, 2014: 39). Sertifikasi halal pada produk makanan berimplikasi besar pada sakralisasi agama islam, sebab umat muslim diarahkan dalam al-Qur'an untuk mengonsumsi makanan yang baik dan halal serta tidak diperbolehkan memakan makanan yang diharamkan, hal ini dijelaskan dalam QS. Al-Maidah: 3.

Artinya: "Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih. Dan (diharamkan pula) yang disembelih untuk berhala." (Depag, 2015).

Al-Mā'idah. Ayat 3 ini menjelaskan bahwa dilarang bagi seorang muslim untuk mengonsumsi makanan haram, termasuknya bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah. Serta membahas tentang hewan yang tidak boleh dimakan jika tidak disembelih dengan baik atau diperlakukan kasar seperti yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, maka hewan yang seperti itu haram untuk dikonsumsi oleh seorang muslim (Anshori, 2020: 167).

Implikasi sertifikasi halal terhadap agama islam ialah memberikan terjaminnya mutu produk secara halal bagi setiap muslim, munculnya rasa aman karena dengan adanya sertifikasi logo halal menjamin produk tersebut tidak tercampur dengan bahan yang haram. Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Dwi Apriyanto and Ignatius Heruwasto, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa produk bermerek halal sudah mulai diminati, terutama di kalangan konsumen muslim. Produk bermerek halal memberikan kepercayaan konsumen pada produk yang mereka konsumsi karena kemurnian dan perlindungan bahannya. tidak hanya ini. Menjual produk bermerek halal dapat memberikan keyakinan bagi umat Islam bahwa mereka akan menuai dua keuntungan komersial sekaligus, yang pertama yakni *hablum min Allah* dengan menjaga makan makanan dengan konsumsi pangan halal dan juga yang kedua adalah *hablum min an-naas*, yakni saling bertransaksi dengan cara yang baik terhadap sesama manusia (Apriyanto, 2019: 220-221).

Namun seiring berjalannya waktu, sertifikasi halal menjadi hal yang lumrah, terlebih lagi di Indonesia yang bermayoritaskan agama Islam. Masyarakat muslim tidak perlu was-was lagi terhadap produk yang dikonsumsi dan digunakan, mengingat sertifikasi sudah menjadi syarat pemasaran suatu prudok baik bagi produsen muslim maupun non-muslim (Amin al-Din, 2016: 26). Produk-produk bermerek Halal MUI kini dipenuhi dengan produk-produk yang dibuat oleh non-Muslim dengan tujuan keselamatan dan bermerek Halal MUI sebagai cara untuk menjual produknya. (MUI, 2021: 643). Sertifikasi bukan hanya pengusaha non muslim, pengusaha muslim juga harus bersertifikat dan produk yang dijual harus terjamin. Sertifikasi halal bermanfaat baik bagi konsumen maupun bagi produsen, karena dengan kehadiran produk halal

dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Selain itu, jika produknya halal, maka pasarnya bisa menjangkau semua kalangan Islam dan non-Islam. (Ramlan, 2014: 148).

Pendekatan 'halal' dalam pemasaran produk juga dapat menetralkan citra positif yang terkait dengan produk konsumen Islami. Misalnya, menurut survei tahun 2006, McDonald's di Singapura meningkat sebesar 8 juta setelah menerima sertifikasi halal. Pada saat yang sama, KFC, Burger King dan Taco Bell juga bersertifikat halal, meningkatkan penjualan sebesar 20 persen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pemasaran halal merupakan konsep penting bagi produsen yang ingin berbisnis di negara mayoritas Muslim seperti Indonesia. Di sisi lain, risiko yang dihadapi produsen yang tidak menghormati hak dan kebutuhan konsumen muslim untuk memperoleh barang dan jasa sesuai dengan apa yang diatur oleh Syariat Islam, adalah hilangnya penjualan, target pasar, *brand equity* dan loyalitas konsumen (Salehudin, 2014: 295).

Adanya sertifikasi halal produk memberikan jaminan keamanan kepada konsumen muslim dan juga memberikan keuntungan yaitu meningkatnya daya tarik konsumen terhadap produk yang di pasarkan. Sertifikasi memberikan implikasi terhadap sakralisasi agama islam, karena acuan untuk mengunsumsi atau menggunakan produk yang halal telah diatur dalam Al-Qur'an. Akan tetapi, apabila sertifikasi hanya dimanfaatkan penjual untuk menarik minat pembeli tanpa memperhatikan syarat dari kehalalan produk itu sendiri, baik itu muslim maupun yang non muslim, maka akan menghilangkan nilai sakral dari agama islam itu sendiri yang pada dasarnya mengatur segala hal yang berkaitan dengan muamalah itu sendiri. Dengan demikian, akan membangun dan membentuk sikap musyawarah, kerjasama, disiplin waktu, menjaga kebersihan asrama, kemandirian, toleransi, tawazun, kerendahan hati, amal ikhlas, dan integritas (Surawan & Sobari, 2022).

Simpulan

Sertifikat halal merupakan sertifikasi yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan suatu produk sudah sesuai dengan syariat Islam . Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia adalah lembaga yang bertugas untuk meneliti, mengkaji, menganalisis, dan memutuskan produk-produk baik pangan dan turunannya, obat-obatan dan kosmetika apakah aman baik dari sisi kesehatan dan sisi agama Islam khususnya di wilayah Indonesia, memberikan rekomendasi, merumuskan ketentuan dan bimbingan kepada masyarakat. Sertifikasi halal ini merupakan bentuk perlindungan konsumen dan memberikan jaminan bahwa produk yang dikonsumsi telah diteliti dan dinyatakan halal oleh otoritas yang ditunjuk, sehingga memberikan rasa tenang dan tenteram bagi masyarakat.

Sertifikasi halal produk memberikan implikasi terhadap sakralisasi suatu agama yakni agama islam. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Eliade, bahwa hal-hal yang bersifat sakral tersebut terdapat di berbagai tempat dan jaman, seperti dalam masyarakat Kristen pertengahan, masyarakat Muslim di masa awal perkembangannya, kebudayaan Babilonia kuno, masyarakat Vedic di India, masyarakat Jawa kuno . Kehidupan mengarahkan dirinya berdasarkan titik sakral ini yang dilambangkan dengan simbol vertikal penghubung langit dan bumi, penghubung yang sakral dan yang profan

(Kusumawati, 2013: 150). Agama islam mewajibkan seorang muslim untuk mengonsumsi setiap makanan yang baik dan halal. Adanya sertifikasi produk halal memberikan keamanan dan kenyamanan kepada para konsumen muslim ketika membeli suatu produk baik dari sesama muslim, maupun dari produsen yang non muslim. Selain memberikan rasa aman kepada umat muslim, dengan adanya sertifikasi ini juga akan meningkatkan daya jual. Konsumen pasti akan lebih tertarik dengan produk yang memiliki sertifikasi halal dibandingkan dengan produk yang belum memiliki sertifikasi halal, karena sertifikasi halal sudah menjamin kehalalan produk tersebut. Akan tetapi, apabila sertifikasi hanya dimanfaatkan penjual untuk menarik minat pembeli tanpa memperhatikan syarat dari kehalalan produk itu sendiri, baik itu muslim maupun yang non muslim, maka akan menghilangkan nilai sakral dari agama islam itu sendiri yang pada dasarnya mengatur segala hal yang berkaitan dengan muamalah itu sendiri.

Daftar Pustaka

- Afronyati, L. (2014). Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal oleh Majelis Ulama Indonesia. *Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik*.
- Aminuddin. (2016). Sertifikasi Produk Halal: Studi Perbandingan Indonesia dan Thailand. *Journal Of Islamicate Multidisciplinary*.
- Anshori, M. (2020). Makanan Haram dan Pengaruhnya dalam Kehidupan. *Islamitsch Familierecht Journal*.
- Apriyanto, W. D. (2019). Pengaruh Kejelasan Labelisasi Halal dan Perilaku Beragama Terhadap Minat Beli Konsumen: Analisis Dua Model Alternatif. *Jurnal Ekonomi Islam*.
- Arif, S. (2012). Konsep Halalan Tayyiban dari Perspektif Maqasid Al-Shari'Ah dan Aplikasinya dalam Prosedur Penentuan Makanan Halal di Malaysia. *Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya*.
- Asshiddiqie, J. (2015). *Peradilan Etik dan Etika Konstitusi Persfekerif Baru*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Bayu, D. (2022, Juni Rabu). *Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam*. Retrieved From DataIndonesia.Id: <https://DataIndonesia.Id/Ragam/Detail/Sebanyak-869-Penduduk-Indonesia-Beragama-Islam>
- Chairunnisyah, S. (2017). Peran Majelis Ulama Indonesia dalam Menerbitkan Sertifikat Halal pada Produk Makanan dan Kosmetika. *Jurnal Edutech*.
- Dewi, N. S. (2020). Kajian Kesadaran Konsumsi Pangan Halal Pada Pelajar Sltip. *Indonesian Journal Of Halal*.
- Faidah, M. (2017). Sertifikasi Halal di Indonesia dari Civil Society Menuju Relasi Kuasa Antara Negara dan Agama. *Jurnal Studi Keislaman*.

- Farid Wajdi Dan Diana Susanti. (2021). *Kebijakan Hukum Produk Halal di Indonesia*. Jakarta Timur: Sinar Grafika.
- Faridah, H. D. (2019). Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi. *Journal of Halal Product And Research*.
- Hamidon, S. F. (2016). Pandangan Pengguna Muslim Terhadap Pemakaian Logo Halal. *Journal Of Shariah Law Research (Jslr)*.
- Hasan. (2014). *Sertifikat Halal Dalam Hukum Positif*. Yogyakarta: Pessindo.
- Hasan, S. (2014). Kepastian Hukum Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan. *Jurnal Dinamika Hukum*.
- Hidayat, A. S. (2015). Sertifikasi Halal dan Sertifikasi Non Halal Pada Produk Pangan Industri. *Jurnal Ilmu Syariah*.
- Ilyas, M. (2017). Sertifikasi dan labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat. *Jurnal Peradilan dan Hukum Keluarga Islam*.
- Indonesia, D. A. (2015). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta Timur: Cv Darus Sunnah.
- Maulidia, R. (2013). Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal Bagi Konsumen. *Jurnal Kajian Hukum Dan Sosial*.
- Miru, A. (2019). *Prinsip-Prinsip Perlindungan Bagi Konsumen Di Indonesia*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.
- Mohammad, M. F. (2021). Pengaturan Sertifikasi Jaminan Produk Halal di Indonesia. *Jurnal Kherta Wicaksana*.
- Muhammad, N. (2013). Memahami Konsep Sakral Dan Profan. *Jurnal Substantia*.
- Ramlan. (2014). Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami Dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim. *Jurnal Abkam*.
- Salehudin, I. &. (2014). Pemasaran Halal: Konsep, Implikasi Dan Temuan Di Lapangan. *Fakultas Ekonomi Ui*.
- Sayekti, N. W. (2013). Jaminan Produk Halal Dalam Perspektif Kelembagaan. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*.
- Segati, A. (2018). Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Hargaterhadap Persepsi Peningkatan Penjualan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*.
- Setiawan. (2019). Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Halal Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*.

- Setyaningsih, E. D. (2019). The Effect Of Halal Certification And Halal Awareness Through Interest In Decisions On Buying Halal Food Products. *Journal Of Islamic Economics, Finance And Banking* .
- Sholeh, A. N. (2021). *Fatwa Majelis Ulama Indonesia Dalam Pandangan Akademisi*. Jakarta Pusat: Sekretariat Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia.
- Waharini, F. M. (2018). Model Pengembangan Industri Halal Food Di Indonesia. *Jurnal Muqtasid*.
- Warto Dan Samsuri. (2020). Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia. *Journal Of Islamic Economics And Banking*.
- Zahrah, A. (2019). Halal Food Di Era Revolusi Industri 4.0: Prospek Dan Tantangan. *Journal Of Multidisciplinary Islamic Studies*.
- Wibasur. (2020). Measurement Social Media Marketing Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan. *Ibi Darmajaya Bandar Lampung*.