

Pelaksanaan Inovasi Produk Halal

Mohammad Habibi

Email. habaibai.moh@gmail.com

STAI An Najah Indonesia Mandiri

Jl. Raya Sarirogo No. 1 Sarirogo Sidoarjo

Article History:

Dikirim:

6 Juli 2023

Direvisi:

7 Agustus 2023

Diterima:

27 Agustus 2023

Korespondensi Penulis:

HP / WA :

081230330940

Abstrak : Tujuan dari penelitian ini untuk mengembangkan produk pangan yang dapat dilihat dari komponen-komponen sistem produk pangan, yaitu produksi dan juga distribusi. Hasil dari penelitian dalam mengembangkan suatu produk halal maka perlu dilakukan 3 hal ini, yaitu: Pertama, halal logistic untuk memastikan produk halal tidak terkontaminasi produk non halal pada saat proses distribusi oleh produsen. Kedua, sertifikasi halal yaitu proses sertifikasi terhadap produk atau jasa sesuai dengan ketentuan syariah Islam dan terhindar dari yang diharamkan oleh Allah. Ketiga, halal verification yaitu melakukan edukasi terhadap konsumen tentang pentingnya mengkonsumsi produk halal.

Kata kunci: Produk Halal dan logistic halal dan sertifikasi halal

Abstract : The purpose of this study is to develop food products that can be seen from the components of the food product system, namely production and distribution. The results of the research in developing a halal product it is necessary to do 3 things, namely: First, halal logistics to ensure halal products are not contaminated by non-halal products during the distribution process by the manufacturer. Second, halal certification is the process of certification of products or services in accordance with the provisions of Islamic sharia and avoid being prohibited by Allah. Third, halal verification is to educate consumers about the importance of consuming halal products.

Keywords: Halal products and halal logistics and halal certification

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman trend ekonomi syariah semakin diminati di Indonesia, tidak dipungkiri karena di Indonesia sendiri didominasi mayoritas beragama Islam. Sehingga sebagian besar konsumen tertarik pada produk-produk yang halal. Produk halal merupakan produk yang sesuai dengan syariat Islam, sehingga produsen-produk halal semakin menggiatkan industri ini. Ada sekitar 1,8 miliar penduduk muslim penduduk muslim menjadi konsumen dalam industri ini. Sehingga peluangnya meningkat sebanyak 5,2% setiap tahun dan pengeluarannya mencapai USD 2,2 Triliun dan akan terus meningkat setiap tahunnya ¹

Islam akan menjadi agama terbesar kedua di Amerika Serikat Willingham, 2018 dalam ². Wilayah terbesar akan Asia Tenggara dan Timur Tengah dengantotal 1,9 miliar konsumen muslim di 112 negara ³. Populasi Muslim semakinsemakin tinggi dan hampir mencakup seperempat dari penduduk dunia ⁴. Berapa sumber terkena bahwa grafik meningkat ini akan mencatat populasi Muslim 30 persen pada tahun 2025. Tren peningkatan ini akan meninggalkan dampak besar pada lingkungan bisnis dan kemudian memodifikasi persyaratan ekonomi di seluruh dunia. Terutama, konsep halal akan mendapatkan perhatian signifikan di seluruh dunia. Konsep ini akan sangat penting dan tidak hanya di negara-negara muslim tetapi juga di wilayah non-Muslim tentang makanan, layanan dan standar pengiriman ⁵.

Konsep halal diterima dengan serta merta karena negara-negara pada umumnya belum menerapkan pola swasembada dalam produksi pangan. Dengan gempuran perdagangan global dan perubahan gaya hidup, negara-negara non-Muslim mendominasi perdagangan daging halal dan produk makanan olahan. Saat ini, tingkat kepastian tertentu diberikan oleh sertifikasi halal untuk produk halal, yang dalam hal apa pun dapat dikeluarkan oleh lebih dari 100 lembaga sertifikasi halal di seluruh dunia. Setiap organisasi memiliki standar dan pedoman halal sendiri. Fragmentasi ini semakin ditekankan ketika melintasi batas-batas negara di mana sampai saat ini tidak ada mekanisme yang berfungsi untuk saling pengakuan antarnegara. Kurangnya peraturan yang tepat tentang sertifikasi

¹ Lailatul Khikmawati, "Optimalisasi Potensi Industri Halal Di Indonesia Melalui Peran Pasar Modal Syariah," *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2021): 63–74.

² Nur Asnawi, Badri Munir Sukoco, and Muhammad Asnan Fanani, "Halal Products Consumption in International Chain Restaurants among Global Moslem Consumers," *International Journal of Emerging Markets* 13, no. 5 (2018): 1273–90.

³ Syed Shah Alam and Nazura Mohamed Sayuti, "Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in Halal Food Purchasing," *International Journal of Commerce and Management* 21, no. 1 (2011): 8–20.

⁴ Mahroo Khan et al., "The Role of Consumer Willingness to Pay for Halal Certification in Pakistan," *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 4 (2019): 1230–44.

⁵ Mohd Hafiz Zulfakar, Caroline Chan, and Ferry Jie, "Institutional Forces on Australian Halal Meat Supply Chain (AHMSC) Operations," *Journal of Islamic Marketing* 9, no. 1 (2018): 80–98.

berarti bahwa produk non-halal tanpa sadar telah berakhir di piring rumah tangga Muslim. Konsep halal (terutama makanan) benar-benar dari pertanian ke meja, dan harus bergizi dan disiapkan dari bahan-bahan yang diizinkan secara bersih dan higienis. Sehubungan dengan sertifikasi halal, prosedur mengacu pada persiapan, penyembelihan, bahan yang digunakan, pembersihan, penanganan dan pengolahan, sampai ke transportasi dan distribusi. Makanan halal juga mematuhi standar ketat dalam kebersihan dan sanitasi, dan tidak boleh berbahaya bagi kesehatan ⁶.

Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, terutama Ilmu Pangan, persoalan kehalalalan produk makanan, minuman, kosmetik maupun obat tidak lagi dipandang secara sederhana. Dengan rekayasa teknologi pangan pada saat ini, telah memungkinkan semua yang ada di muka bumi ini dijadikan sebagai bahan baku makanan yang dikonsumsi oleh setiap manusia.

Dalam era globalisasi ini, produk diproses dan diproduksi melalui berbagai operasi dan tahap sebelum mereka mencapai konsumen akhir dan mereka dikonsumsi. Konsumen akhir biasanya tidak tahu tentang proses manufaktur yang terlibat serta bahan-bahan yang digunakan dalam produk yang menyebabkan ketidakpastian dan kecurigaan di antara konsumen tentang keamanan pangan. Bagi dunia Muslim, produk dianggap sehat, aman atau higienis, hanya jika telah melalui proses halal dan dibuat dengan bahan-bahan halal sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah ⁷. Fathi dkk. (2016) dalam ⁸ mengamati bahwa kebutuhan dan permintaan untuk sertifikasi Halal kini diintensifkan di kedua negara non-Muslim dan Muslim.

Undang-Undang Nomor 7 tahun 1996 tentang Pangan Pasal 2 yang menyebutkan “bahwa pembangunan pangan diselenggarakan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia yang memberikan manfaat secara adil dan merata berdasarkan kemandirian dan tidak bertentangan dengan keyakinan masyarakat”. Ketentuan dari undang-undang di atas memberikan landasan bagi setiap konsumen memiliki hak konstitusional untuk memperoleh perlindungan hukum terhadap pangan dan produk lainnya yang sesuai dengan keyakinan agama masing-masing. Bagi konsumen yang beragama Islam pangan yang sesuai dengan keyakinan agamanya berarti jaminan kehalalan pangan dan jaminan terpelihara dari produk yang haram menjadi suatu keharusan.

⁶ Suddin Lada, Geoffrey Harvey Tanakinjal, and Hanudin Amin, “Predicting Intention to Choose Halal Products Using Theory of Reasoned Action,” *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 2, no. 1 (2009): 66–76.

⁷ Waqar Ahmed et al., “Consumer Behaviour towards Willingness to Pay for Halal Products: An Assessment of Demand for Halal Certification in a Muslim Country,” *British Food Journal* 121, no. 2 (2018): 492–504.

⁸ Ahmed et al.

Menurut Dinar Standard (2012), prioritas konsumen muslim ketika bepergian adalah ketersediaan produk halal (66,8%). Angka-angka juga menunjukkan bahwa produk halal menjadi kebutuhan dasar dan membuatnya tersedia adalah kebutuhan dasar untuk memenangkan hati ofthe pasar Islam ⁹. Produk halal tidak lagi menjadi perhatian pengusaha Muslim dan konsumen, tetapi produsen non-muslim juga tertarik untuk berpartisipasi dalam menyediakan produk-produk halal karena mereka menjadi kebutuhan dan tuntutan pasar ¹⁰, dan tentu saja sangat penting untuk bisnis praktisi ¹¹.

Menyelidiki keputusan konsumen terhadap produk halal yaitu dengan. Pertama, mengingat ukuran pasar makanan halal dan evolusinya dan. Kedua, mengingat relevansi kebijakan masalah ini. Popularitas Halal yang berkembang dapat dikaitkan dengan semangat keagamaan dan juga keyakinan bahwa itu lebih bersih, lebih sehat dan enak (Burgmann, 2007 dikutip dalam ¹².

Produk dan jasa halal dipilih oleh umat Muslim sebagai bentuk ketaatan terhadap hukum Shariah Islam. Meskipun halal sangat berkaitan dengan umat Muslim, bukan berarti konsumen produk halal hanya berasal dari umat Islam saja. Konsumen produk halal yang berasal dari negara dengan penduduk muslim minoritas mengalami peningkatan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun belakangan. Salah satunya adalah Rusia yang berada di peringkat 9 sebagai konsumen makanan halal di dunia dengan capaian \$ 37 Miliar pada tahun 2015 (State of The Global Islamic Economy, 2016/2017). Kualitas produk halal atau juga biasa dikenal dengan Halalan Thoyyiban, menjadi alasan umat non-Muslim untuk menggunakan produk-produk halal Samori, Salleh, & Khalid, 2016 dalam ¹³ karena terdapat jaminan kebersihan, keamanan, dan kualitas produk untuk keseluruhan rantai produksi (*from farm to plate*).

Penetapan fatwa tentang kehalalan produk makanan, obat-obatan dan kosmetika Komisi Fatwa setelah dilakukan audit oleh LP POM MUI serta melaporkan kepada Komisi Fatwa tersebut. Laporan dari LP POM MUI kemudian dibawa ke sidang Komisi Fatwa. Komisi Fatwa selanjutnya menetapkan halal atau tidaknya produk tersebut berdasarkan berita acara penelitian yang disampaikan LP POM MUI. Setelah itu dilalui, barulah

⁹ ANIS NAJIHA BINTI Ahmad, "Implementation of Halal Food Management System in Small and Medium Enterprises Food Manufacturers," 2018.

¹⁰ Afshan Azam, "An Empirical Study on Non-Muslim's Packaged Halal Food Manufacturers: Saudi Arabian Consumers' Purchase Intention," *Journal of Islamic Marketing* 7, no. 4 (2016): 441–60.

¹¹ Asnawi, Sukoco, and Fanani, "Halal Products Consumption in International Chain Restaurants among Global Moslem Consumers."

¹² Lada, Tanakinjal, and Amin, "Predicting Intention to Choose Halal Products Using Theory of Reasoned Action."

¹³ F M Waharini and A H Purwantini, "Model Pengembangan Industri Halal Food Di Indonesia. Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 9 (1), 1–13," 2018.

kemudian dikeluarkan sertifikasi halal kepada produk tersebut ¹⁴.

Pengembangan produk pangan dapat dilihat dari komponen-komponen sistem produk pangan, yaitu menganekaragaman produksi, distribusi dan penyediaan produk pangan serta konsumsi produk pangan. Dalam hal konsumsi produk pangan yang menjadi permasalahan dihadapi tidak hanya mencakup keseimbangan komposisi, namun juga mengenai terpenuhinya kecukupan gizi. Selama ini produk pangan yang tersedia baru mencukupi dari segi jumlah dan belum memenuhi keseimbangan yang sesuai dengan norma gizi.

Maka dari itu pada pembahasan penelitian ini penulis ingin membahas mengenai Model Pengembangan Produk Halal. Penulis ingin mengkaji lebih dalam pengembangan dari suatu produk halal, dalam hal ini produk halal tidak hanya di implementasikan pada pedagang kaum Muslim tapi diperlukan oleh non Muslim juga.

LITERATUR REVIEW

Arti harafiah dari Halal adalah halal atau diizinkan. Namun, menurut hukum Islam Syariah, setiap makanan yang diizinkan untuk dimakan dikenal sebagai halal. Transportasi, penyimpanan, pembelian, bahan, penanganan, peralatan, serta aliran dokumentasi dan informasi sesuai dengan aturan umum hukum Syariah untuk memproduksi produk non-makanan dan makanan dikenal sebagai operasi halal. Konsep Halal tidak hanya terkait dengan produk makanan, tetapi juga dengan kosmetik, perawatan pribadi, farmasi dan produk lainnya. Karena ini sebagian besar diproduksi oleh produsen non-Muslim Lever dan Fischer, 2018 dalam ¹⁵, oleh karena itu, ada kekhawatiran di antara konsumen tentang Halalnya bahan-bahan mereka. Keterlibatan daging dan alkohol yang diekstraksi enzim sebagai pengawet menciptakan banyak kecurigaan di kalangan konsumen Muslim yang mencari produk halal. ^{16 17} Oleh karena itu, umat Islam juga memiliki kekhawatiran tentang bahan-bahan non-makanan. ^{18 19}

Dalam penelitian bahwa proses Halal ²⁰, sebagian besar konsumen lebih tertarik untuk membeli makanan dan produk yang halal bersertifikat dengan “halal” logo. Hasil

¹⁴ K N Hasan Sofyan, “Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif,” *Aswaja Pressindo, Yogyakarta*, 2014.

¹⁵ Ahmed et al., “Consumer Behaviour towards Willingness to Pay for Halal Products: An Assessment of Demand for Halal Certification in a Muslim Country.”

¹⁶ (Mukhtar & Butt, 2012)

¹⁷ Lever & Fischer, 2018)

¹⁸ (Rusdi et al., 2016)

¹⁹ Lever & Fischer, 2018)

²⁰ Ahmed et al., “Consumer Behaviour towards Willingness to Pay for Halal Products: An Assessment of Demand for Halal Certification in a Muslim Country.”

dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa kecuali sikap perilaku konsumen, semua faktor dipelajari lainnya yang signifikan. Salah satu alasan yang mungkin untuk hasil yang tidak signifikan dapat bahwa di Pakistan, Muslim mayoritas dan mereka percaya bahwa Pemerintah Pakistan telah memastikan kehalalan semua produk yang tersedia di pasar. Namun, ada kekhawatiran di kalangan konsumen Pakistan tentang keaslian lengkap dan keaslian dari produk yang dipasarkan sebagai Halal karena beberapa kasus bangkit dilaporkan di masa lalu. Dengan demikian, ada hubungan yang sangat signifikan kesediaan konsumen untuk membayar produk Halal dan permintaan untuk sertifikasi halal makanan dan produk lainnya.

Halal merupakan istilah dari bahasa Arab yang artinya diperbolehkan, legal, dan sesuai hukum Islam atau syariah. Jika dikaitkan dengan produk farmasetik, makanan, dan minuman, maka halal dapat dimaknai sebagai produk farmasetik, makanan atau minuman yang diperbolehkan untuk dikonsumsi oleh seorang muslim ²¹.

Dalam terminologi hukum Islam, “Halal” (bahasa Arab:) berarti “diperbolehkan”; obyek atau kegiatan yang diperbolehkan untuk dikonsumsi atau dilakukan menurut syariah (ketentuan Allah SWT dan Hadis Nabi Muhammad). Mengonsumsi produk halal adalah wajib bagi umat Islam seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur’an surah Al-Maidah ayat 88 sebagai berikut:

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.” Al-Maidah ayat 88

Dan dijelaskan dalam surah Al-Baqarah ayat 168 yaitu sebagai berikut:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.” Al-Baqarah ayat 168

Dalam hadis, Nabi Muhammad mengatakan: *“Sesungguhnya Allah baik, tidak menerima kecuali yang baik”*. Istilah “halal” juga sering diikuti dengan istilah “Thayyib” yang berarti produk yang baik untuk dikonsumsi, berkualitas, suci, aman, tidak berbahaya bagi kesehatan dan telah disebutkan dalam surah Al-Baqarah Ayat 172 sebagai berikut:

“Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.” Al-Baqarah Ayat 172

Halal adalah istilah yang biasanya digunakan oleh Muslim dan non-Muslim; itu

²¹ Abdul Rohman, “Pengembangan Dan Analisis Produk Halal,” *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*, 2012.

adalah sebuah entitas, baik, layanan atau prosedur yang diperbolehkan dalam agama Islam. Hal ini tidak hanya terbatas pada makanan atau bahan tetapi memerlukan seluruh proses.²² Halal Development Corporation HDC 2010 menekankan bahwa produk halal harus dibuat sesuai dengan Syariah Islam, termasuk semua kegiatan logistik dan lain-lain²³.

Halal menurut ajaran Islam, umat Islam diizinkan untuk mengkonsumsi semua makanan yang baik. Allah telah menciptakan bagi mereka di bumi dengan pengecualian beberapa hal. Islam melarang konsumsi memancar darah, daging babi dan turunannya dan makanan yang memiliki telah pengorbanan ficed pada nama beberapa Tuhan palsu. Anggur dan minuman beralkohol lainnya dilarang dalam Islam. Ini semua makanan dianggap melanggar hukum dalam kuantitas atau substansi²⁴.

Halal adalah segala sesuatu yang dapat diterima dan diperbolehkan untuk kaum Muslim. Halal diterapkan untuk kedua bahan dan tindakan. Jika mereka siap sesuai dengan hukum Islam atau Syariah, kondisi mereka disebut sebagai halal²⁵. Halal tidak lagi hanya masalah agama semata. Ini berada di ranah bisnis dan perdagangan, dan menjadi simbol global untuk jaminan kualitas dan pilihan gaya hidup Jumaaton Azmi, 2005 dalam²⁶.

Sedangkan menurut UU JPH, produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai syariat Islam dan jaminan produk halal adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal. Sedangkan di dalam Al-Qurán ditegaskan bahwa makanan dan minuman yang diharamkan adalah bangkai, darah, babi, dan daging hewan yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah SWT, serta *Khamr* atau minuman yang memabukkan²⁷.

Produk halal mengacu pada produk-produk yang memenuhi syarat syar'i yang mencegah keharaman, baik ditinjau dari segi zatnya maupun selain zatnya²⁸. Menurut²⁹,

²² Abid Haleem and Mohd Imran Khan, "Towards Successful Adoption of Halal Logistics and Its Implications for the Stakeholders," *British Food Journal* 119, no. 7 (2017): 1592–1605.

²³ Khan et al., "The Role of Consumer Willingness to Pay for Halal Certification in Pakistan."

²⁴ Javeed Anam, Bin Mohamed Mokhtar Sany Sanuri, and Bin Lebai Othman Ismail, "Conceptualizing the Relation between Halal Logo, Perceived Product Quality and the Role of Consumer Knowledge," *Journal of Islamic Marketing* 9, no. 4 (2018): 727–46.

²⁵ Sariwati Mohd Shariff and Nurul Akma Abd Lah, "Halal Certification on Chocolate Products: A Case Study," *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 121 (2014): 104–12.

²⁶ Lada, Tanakinjal, and Amin, "Predicting Intention to Choose Halal Products Using Theory of Reasoned Action."

²⁷ Nidya Waras Sayekti, "Jaminan Produk Halal Dalam Perspektif Kelembagaan," *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik* 5, no. 2 (2014): 193–209.

²⁸ Burhanuddin Susanto, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen Dan Sertifikasi Halal* (UIN-Maliki Press, 2011).

²⁹ Abu Hamid Al-Ghazali, "Etika Islam Bimbingan Awal Menuju Hidayah Ilahi," *Bandung: PT. Pustaka Setia*, 2002.

yang mengakibatkan makanan (benda) bisa menjadiaharam karena jenisnya yang haram, seperti khamar, babi, dan sebagainya, termasuk di dalamnya produk-produk dari turunannya (alkohol, gelatin, dan lainnya), dan haram karenacara memperolehnya yang termasuk di dalamnya adalah harta untuk memperolehnya dan proses membuatnya.

Produk halal dalam UU tersebut adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai syariat Islam, meliputi barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan masyarakat³⁰.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif mengacu pada identifikasi sifat-sifat yang membedakan atau karakteristik sekelompok manusia, benda, dan peristiwa. Pada dasarnya, deskriptif kualitatif melibatkan proses konseptualisasi dan menghasilkan pembentukan skema-skema klasifikasi. Selain menggambarkan karakteristik dari suatu gejala atau masalah yang diteliti, kajian ini juga fokus pada pertanyaan dasar ‘bagaimana’ dengan berusaha mendapatkan dan menyampaikan fakta-fakta dengan jelas, teliti, dan lengkap tanpa banyak detail yang tidak penting³¹.

Data yang digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari publikasi yaitu buku-buku, jurnal, surat kabar, *website*, serta dokumen kebijakan yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas.

PEMBAHASAN

Halal Logistik

Logistik adalah bagian dari manajemen rantai pasokan yang memerlukan pengadaan, transportasi, penanganan material dan sebagainya. Sedangkan, logistik halal jangka disebut kegiatan logistik yang disetujui yang dilakukan oleh bisnis sesuai dengan aturan dan peraturan Islam.³² Tampaknya, gagasan halal sangat meningkat di seluruh perbatasan. Hal ini karena konsep ini relevan dengan baik Muslim dan non-Muslim. Tercatat nilai dari industri halal global US \$ 2.1tn. Alasan utama untuk memperkenalkan konsep halal adalah

³⁰ Kemenperin, “UU Jaminan Produk Halal Harus Direvisi,” *Investor Daily*, 2015, <https://www.kemenperin.go.id/artikel/11012/UU-Jaminan-Produk-Halal-Harus-Direvisi>.

³¹ Ulber Silalahi, “Metode Penelitian Sosial, PT,” *Refika Aditama, Bandung*, 2010.

³² Khan et al., “The Role of Consumer Willingness to Pay for Halal Certification in Pakistan.”

untuk memuaskan konsumen Muslim bahwa produk yang mereka konsumsi adalah sesuai dengan nilai-nilai Islam. Untuk memastikan bahwa produk tersebut halal, aturan Islam harus diikuti dari hulu ke hilir produk. Di sisi lain, non-Muslim menganggap produk halal aman dan higienis.³³

Halal logistik terutama salah satu industri yang paling cepat pertumbuhan yang memberikan jaminan substantif produk halal, mulai dari hulu ke hilir³⁴. Berdasarkan temuan itu, disarankan bahwa praktek halal harus diikuti oleh bisnis dari langkah awal mereka untuk pengadaan sampai konsumsi. Menurut (Mahroo Khan, 2019), Sekarang konsumen Muslim telah menjadi lebih sadar tentang nilai-nilai agama mereka dan sekarang mereka lebih peduli tentang produk dan jasa yang mereka konsumsi. Oleh karena itu, dianjurkan untuk para pembuat kebijakan untuk menginformasikan dan mendidik masyarakat mereka tentang logistik halal termasuk manufaktur, transportasi, pergudangan, penyimpanan dan penanganan bahan.

Sektor halal logistik akan selalu booming karena perhatian halal, kekhawatiran ini positif akan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Dengan demikian, negara harus perlu meningkatkan kesadaran tentang makanan halal dan jasa antara orang-orang. Media dapat memainkan penting dalam menginformasikan orang tentang logistik halal dan kegunaannya. Pada akhirnya, logistik pihak ketiga dan penyedia layanan harus menumbuhkan konsep logistik halal di kalangan konsumen potensi mereka dan mengadopsi halal logistik.³⁵

Semua produk halal harus mengikuti hukum syariah, tidak terkecuali proses logistiknya. Oleh karena itu, perlu adanya proses logistik yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam pelaksanaannya. Prinsip utama dari *halal logistic* adalah memastikan pemisahan antara produk halal dan non halal. Dari seluruh *supply chain*, pihak penyedia jasa layanan logistik berperan penting untuk memastikan bahwa bahan mentah, bahan baku, pengemasan, penyimpanan dan transportasi produk halal telah dilakukan dengan benar sehingga tidak terkontaminasi produk non halal.³⁶ Menurut Tie- man (2013) ada tiga dasar dalam *halal logistic*, yaitu: pertama, kontak langsung dengan produk haram. Kedua, risiko kontaminasi. Dan yang terakhir persepsi konsumen Muslim.³⁷

Halal logistic yang dapat menjamin kehalalan produk, memerlukan pertimbangan-

³³ Mahroo Khan, 2019

³⁴ Marco Tieman, "Establishing the Principles in Halal Logistics," *Journal of Emerging Economies and Islamic Research* 1, no. 1 (2013): 19–31.

³⁵ Mahroo Khan, 2019.

³⁶ Soon et al, 2017

³⁷ Faqiatul Mariya Waharini, 2018.

beberapa faktor, antara lain: standar kebersihan (*hygiene*) yang komprehensif, kualitas dan juga keamanan produk. Pelayanan *halal logistic* mewajibkan prosedur khusus dalam penanganan rantai pasokan. Oleh karena itu perusahaan penyedia jasa layanan *halal logistic* harus mempertimbangkan beberapa hal penting diantaranya³⁸ :

1. Penyedia jasa *halal logistic* harus memiliki pemahaman yang komprehensif tentang kehalalan produk serta dasar dan pedoman sebelum melakukan implementasi. Status halal akan diperoleh apabila seluruh aktivitas (SCM) telah diimplementasikan. Perusahaan dapat menerapkan standar penanganan produk untuk menjaga kehalalan produk. Apabila produk mengalami kontak langsung dengan produk non halal, maka produk halal tersebut menjadi produk non halal. Namun apabila produk non halal terbuat mengalami kontak dengan peralatan atau fasilitas penyimpanan dan pengiriman, maka bisa dilakukan prosedur penyucian sesuai dengan ketentuan Islam.
2. Pemisahan produk halal dan non halal dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya berdasarkan kompartemen, sistem pemeringkatan atau pengemasan yang tepat supaya produk halal dan non halal tidak bercampur. Prosedur penanganan juga harus diterapkan terhadap karyawan yang bertugas menangani produk, serta peralatan, mesin dan fasilitas yang digunakan.
3. Jaminan terhadap kehalalan produk bisa direalisasikan seandainya produk berada di bawah pengawasan perusahaan penyedia jasa *halal logistic*. Saat barang ditransfer ke perusahaan penyedia jasa *halal logistic* yang lain, maka kesempatan untuk tetap mempertahankan integritas kehalalan produk akan menurun. Situasi ini akan semakin memburuk pada level *retailer* karena tingkat pengendalian dan pengawasan yang semakin menurun.

Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal adalah proses sertifikasi terhadap produk atau jasa sesuai dengan ketentuan syariah Islam. Sertifikasi halal dilakukan pertama kali di Amerika Serikat pada tahun 1960-an sebagai jaminan bagi umat Muslim yang tinggal di negara non Muslim agar dapat memenuhi kebutuhan sesuai dengan ketentuan agamanya. Halal merupakan persyaratan yang diwajibkan untuk setiap produk dan jasa yang dikonsumsi oleh umat Islam, dan saat ini dipertimbangkan sebagai standar kualitas produk. Standar kualitas halal diterapkan pada proses penyediaan dan produksi makanan, kosmetik, obat-obatan dan produk medis serta diterapkan pula pada pelayanan yang terkait dengan produk halal tersebut.³⁹

Menurut Kementerian Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia (2017), impor makanan dan minuman olahan untuk rumah tangga berjumlah US \$ 3.016 juta. Ini menunjukkan bahwa pasar makanan dan minuman olahan yang beredar di Indonesia sangat besar dan harus memenuhi semua standar halal yang dibuktikan dengan sertifikasi halal. Di Indonesia, sertifikasi halal secara resmi dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetik Dewan Ulama Indonesia (LPPOM MUI), seperti

³⁸ Jaafar, 2011

³⁹ Noordin et al, 2014 *dalam* (Faqiatul Mariya Waharini, 2018).

di MUIS Singapura, JAKIM Singapura, Jepang MPJA, HFA Jepang dan HFC Amerika Serikat. Menurut LPPOM MUI (2016), selama periode 2010-2015 jumlah produk yang beredar di Indonesia mencapai 309.115 item, jumlah produk bersertifikat halal mencapai sebanyak 35.962, dan jumlah perusahaan yang telah mendapatkan sertifikasi halal sebanyak 33.905. Dengan demikian, 11,63 persen produk makanan, kosmetik dan obat-obatan di pasar telah bersertifikat halal dan 88,37 persen masih belum bersertifikat halal. Untuk mempercepat proses penerbitan sertifikasi halal, LPPOM MUI meluncurkan Sistem Layanan Online Sertifikasi 230000 (CEROL-SS 23000) untuk memastikan kualitas layanan dan transparansi manajemen sertifikasi halal. Memperoleh sertifikasi halal untuk produsen adalah langkah strategis untuk meyakinkan konsumen dan membuktikan bahwa produk dipasarkan (mulai pemilihan bahan baku, proses produksi hingga presentasi) sesuai dengan hukum Islam (syariah), sebagaimana dibuktikan dengan logo halal pada kemasan dan ditampilkan di restoran outlet⁴⁰.

Dalam penelitian⁴¹ bahwa sertifikasi halal suatu barang dipandang sebagai kualitas terbaik dan produk higienis karena aturan keras dan prinsip-prinsip produk ini mengikuti. Selain itu, perusahaan melampirkan sertifikat halalification dengan produk dan layanan mereka untuk menggambarkan keamanan dan kebersihan produk mereka. Oleh karena itu, barang halal certification adalah janji produsen kepada konsumen untuk memberikan kualitas, aman dan bersih produk dan layanan. Oleh karena itu, penting bagi bisnis untuk mengadopsi halal certi makanan fication untuk produk dan layanan mereka demi perkembangan bisnis mereka.

Ketika konsumen membeli produk, mereka tidak tahu jika produk yang halal, "Haram" atau "Shubhat." Makanan yang dijual di negara-negara non-Muslim dapat dianggap sebagai barang kepercayaan sejauh konsep halal yang bersangkutan. sistem sertifikasi halal memungkinkan untuk mengubah barang kepercayaan seperti menjadi barang pencarian dengan memasukkan logo sertifikasi halal pada kemasan makanan atau makanan sendiri. Setiap individu Muslim bertanggung jawab untuk apa dia mengkonsumsi. Namun, sertifikasi halal memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan hukum Islam, tetapi tidak menjamin bahwa setelah produksi, produk disimpan dan diangkut sesuai dengan hukum Islam. Bahan-bahan dari produk berlogo halal disimpan di gudang dan diangkut dengan tepat, dan melewati proses produksi sesuai dengan hukum Islam. Namun demikian, produk dengan logo halal mungkin disimpan dan diangkut tidak tepat setelah produksi. Misalnya, rak dan palet untuk produk halal dan non-halal harus

⁴⁰ Asnawi, Sukoco, and Fanani, "Halal Products Consumption in International Chain Restaurants among Global Moslem Consumers."

⁴¹ Shambavi Rajagopal et al., "Halal Certification: Implication for Marketers in UAE," *Journal of Islamic Marketing* 2, no. 2 (2011): 138–53.

dipisah-kan saat diangkut⁴².

Makanan halal secara fisik mirip dengan makanan lain, hal itu berbeda sifatnya, teknik dan cara pengolahan menyembelih. Jika hewan belum disembelih menurut aturan Islam yang ditentukan, daging tidak diizinkan untuk konsumsi. Produk dengan halal dukungan atau sertifikasi dianggap cocok bagi umat Islam untuk mengkonsumsi. *Certification* melambangkan kebersihan dan gizi yang lebih besar. Hal ini dianggap telah diproduksi di bawah pengawasan dan persyaratan hukum Islam yang ketat. konsumen Muslim merasa aman tentang pembelian produk tersebut tanpa berpikir untuk mempertanyakan keaslian mereka. Halal juga dapat dilihat sebagai indikator kualitas bahkan untuk konsumen non-Muslim di bawah kualitas sistem manajemen sertifikasi halal⁴³.

Menanggapi kebutuhan tersebut dan didorong tanggung jawab untuk melindungi masyarakat, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mendirikan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika MUI (LPPOM MUI) pada 6 Januari 1989 sebagai upaya untuk memberikan kepastian mengenai kehalalan suatu produk pangan, obat-obatan, dan kosmetika. Kegiatan sertifikasi halal LPPOM MUI terhadap produk pangan dimulai pada tahun 1994. Kegiatan tersebut masih menemui kendala karena pihak pemerintah (melalui Kementerian Kesehatan dan Kementerian Agama) sebagai pihak yang merasa berwenang dalam pengawasan pengaturan produk pangan, juga merasa berhak dalam melakukan sertifikasi halal. Akhirnya, masalah sertifikasi halal ditangani oleh 3 lembaga yaitu MUI, Kementerian Kesehatan, dan Kementerian Agama melalui penandatanganan Surat Keputusan Bersama (SKB) tiga lembaga tersebut pada tahun 1996.⁴⁴

Sejak tahun 2001, pemerintah memberikan kewenangan penyelenggaraan sertifikasi halal kepada LPPOM MUI yang telah berdiri sejak tahun 1989. Sertifikat halal masih bersifat *voluntary* oleh pelaku usaha dan berlaku hanya untuk 2 tahun. Dalam penyelenggaraannya, LPPOM MUI mengenakan biaya kepada pelaku usaha yang mengajukan permohonan sertifikasi halal karena LPPOM MUI merupakan lembaga nonpemerintah (swadana). LPPOM MUI telah membuat standar persyaratan sertifikasi halal (HAS 23000) yang dijadikan standar dalam forum internasional *World Halal Food Council* (WHFC), dan Ketentuan Sistem Jaminan Halal sebagai upaya mengefektifkan dan menjaga kesinambungan pelaksanaan sertifikasi halal serta memperlancar kerja sistem ad-

⁴² Abdul Hafaz Ngah, Yuserri Zainuddin, and Ramayah Thurasamy, "Adoption of Halal Supply Chain among Malaysian Halal Manufacturers: An Exploratory Study," *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 129 (2014): 388–95.

⁴³ Mubbsher Munawar Khan, Humaira Asad, and Irsa Mehboob, "Investigating the Consumer Behavior for Halal Endorsed Products: Case of an Emerging Muslim Market," *Journal of Islamic Marketing* 8, no. 4 (2017): 625–41.

⁴⁴ Sayekti, 2014.

ministrasi sertifikasi halal yang telah ditetapkan.⁴⁵

Kehadiran UU JPH nomor 33 tanggal 25 September 2014 menjadi payung hukum atas pelaksanaan JPH di Indonesia. Sertifikasi halal menjadi suatu hal yang wajib atas produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia. Penyelenggaraan JPH dilaksanakan oleh BPJPH di bawah Menteri Agama. Dalam pelaksanaan tugasnya, BPJPH bekerja sama dengan kementerian dan/atau lembaga terkait, LPH sebagai pemeriksaan dan/atau pengujian produk, dan MUI. Penyelenggaraan sertifikasi halal oleh BPJPH ini memiliki beberapa kekuatan, yaitu sebagai berikut:

1. Penyelenggaraan JPH dan keberadaan LPH menjadi terorganisasi,
2. BPJPH memiliki kekuatan hukum karena dibentuk atas dasar perintah UU,
3. Dukungan APBN/APBD bagi pengusaha mikro dan kecil, dan
4. Pendapatan bagi negara dalam bentuk penerimaan negara bukan pajak (PNBP) dari biaya permohonan sertifikat halal, dan sertifikat halal berlaku lebih lama (4 tahun). Namun demikian terdapat beberapa kelemahan antara lain. Pertama, alur proses pelaksanaan sertifikasi halal menjadi panjang dan birokratis karena banyak pihak/lembaga yang terlibat. Kedua, rawan konflik kepentingan. Ketiga, pelaku usaha masih tetap dikenakan biaya. Dan keempat, masih perlu diatur akuntabilitas dan transparansi kinerjanya.

Besarnya permintaan produk halal baik dari pasar domestik maupun luar negeri tidak diiringi dengan dukungan dari pemerintah Indonesia. Salah satu contohnya dalam hal sertifikasi produk halal. Seperti kebanyakan negara dengan penduduk Muslim mayoritas, badan sertifikasi halal kurang optimal karena adanya anggapan bahwa setiap produk makanan yang diproduksi di negara tersebut adalah halal sehingga tidak diperlukan sertifikasi halal pada produk tersebut.⁴⁶Sertifikasi halal menjadi salah satu instrumen yang harus diperhatikan oleh pemerintah agar Indonesia mampu bersaing di industri halal. Selain itu, masih adanya pro dan kontra sertifikasi halal antara pemerintah dengan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) menyebabkan proses sertifikasi halal saat ini belum optimal.

Halal Verification

Halal verification merupakan tahap yang tidak kalah penting karena berkaitan dengan proses penyampaian produk jadi kepada konsumen akhir. Produk halal yang berkualitas tidak akan dapat mendatangkan keuntungan bagi produsen jika tidak dapat terjual ke konsumen. Hal yang seringkali terjadi adalah produk yang dihasilkan tidak selalu mendapatkan tanggapan baik dari konsumen meskipun produk yang dihasilkan sudah melalui proses produksi sesuai dengan ketentuan sistem jaminan halal bahkan memiliki

⁴⁵ Sayekti, 2014.

⁴⁶ Gillani et al, 2016 *dalam* (Faqiatul Mariya Waharini, 2018).

sertifikat halal. Adanya anggapan di negara dengan penduduk Muslim mayoritas bahwa semua produk dianggap halal, menyebabkan sertifikasi halal tidak memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan produk lain yang belum memiliki sertifikat halal.⁴⁷

Edukasi yang perlu dilakukan terkait dengan produk halal perlu dilakukan dari masyarakat harus diberikan pemahaman bahwa mengonsumsi produk berlabel halal itu penting karena label halal pada produk makanan menjadi jaminan kehalalan produk. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan mengkampanyekan gaya hidup halal. Memberikan pemahaman bahwa halal merupakan kebutuhan bukan hanya sekedar kewajiban yang harus dipenuhi.⁴⁸

PENUTUP

Dapat disimpulkan dari penulis bahwa dalam mengembangkan suatu produk halal maka perlu dilakukan 3 hal ini, yaitu: Pertama, *halal logistic* untuk memastikan produk halal tidak terkontaminasi produk non halal pada saat proses distribusi oleh produsen. Kedua, *halal certification* yaitu proses sertifikasi terhadap produk atau jasa sesuai dengan ketentuan syariah Islam dan terhindar dari yang diharamkan oleh Allah. Ketiga, *halal verification* yaitu melakukan edukasi terhadap konsumen tentang pentingnya mengonsumsi produk halal. Bahwa mengonsumsi makanan halal bukan merupakan kewajiban namun kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap umat manusia.

⁴⁷ Faqiatul Mariya Waharini, 2018.

⁴⁸ Faqiatul Mariya Waharini, 2018.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, ANIS NAJIHA BINTI. "Implementation of Halal Food Management System in Small and Medium Enterprises Food Manufacturers," 2018.
- Ahmed, Waqar, Arsalan Najmi, Hafiz Muhammad Faizan, and Shaharyar Ahmed. "Consumer Behaviour towards Willingness to Pay for Halal Products: An Assessment of Demand for Halal Certification in a Muslim Country." *British Food Journal* 121, no. 2 (2018): 492–504.
- Al-Ghazali, Abu Hamid. "Etika Islam Bimbingan Awal Menuju Hidayah Ilahi." Bandung: PT. Pustaka Setia, 2002.
- Anam, Javeed, Bin Mohamed Mokhtar Sany Sanuri, and Bin Lebai Othman Ismail. "Conceptualizing the Relation between Halal Logo, Perceived Product Quality and the Role of Consumer Knowledge." *Journal of Islamic Marketing* 9, no. 4 (2018): 727–46.
- Asnawi, Nur, Badri Munir Sukoco, and Muhammad Asnan Fanani. "Halal Products Consumption in International Chain Restaurants among Global Moslem Consumers." *International Journal of Emerging Markets* 13, no. 5 (2018): 1273–90.
- Azam, Afshan. "An Empirical Study on Non-Muslim's Packaged Halal Food Manufacturers: Saudi Arabian Consumers' Purchase Intention." *Journal of Islamic Marketing* 7, no. 4 (2016): 441–60.
- Haleem, Abid, and Mohd Imran Khan. "Towards Successful Adoption of Halal Logistics and Its Implications for the Stakeholders." *British Food Journal* 119, no. 7 (2017): 1592–1605.
- Hasan Sofyan, K N. "Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif." Aswaja Pressindo, Yogyakarta, 2014.
- Kemenperin. "UU Jaminan Produk Halal Harus Direvisi." Investor Daily, 2015. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/11012/UU-Jaminan-Produk-Halal-Harus-Direvisi>.
- Khan, Mahroo, Arsalan Najmi, Waqar Ahmed, and Ameenullah Aman. "The Role of Consumer Willingness to Pay for Halal Certification in Pakistan." *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 4 (2019): 1230–44.
- Khan, Mubbsher Munawar, Humaira Asad, and Irsa Mehboob. "Investigating the Consumer Behavior for Halal Endorsed Products: Case of an Emerging Muslim Market." *Journal of Islamic Marketing* 8, no. 4 (2017): 625–41.
- Khikmawati, Lailatul. "Optimalisasi Potensi Industri Halal Di Indonesia Melalui Peran Pasar Modal Syariah." *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2021): 63–74.
- Lada, Suddin, Geoffrey Harvey Tanakinjal, and Hanudin Amin. "Predicting Intention to Choose Halal Products Using Theory of Reasoned Action." *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 2, no. 1 (2009): 66–76.
- Lever, John, and Johan Fischer. *Kosher and Halal Business Compliance*. Routledge, 2018.
- . "Religion, Regulation, Consumption: Globalising Kosher and Halal Markets." In *Religion, Regulation, Consumption*. Manchester University Press, 2018.
- Mukhtar, Arshia, and Muhammad Mohsin Butt. "Intention to Choose Halal Products: The Role of Religiosity." *Journal of Islamic Marketing* 3, no. 2 (2012): 108–20.
- Ngah, Abdul Hafaz, Yuserri Zainuddin, and Ramayah Thurasamy. "Adoption of Halal Supply Chain among Malaysian Halal Manufacturers: An Exploratory Study." *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 129 (2014): 388–95.
- Rajagopal, Shambavi, Sitalakshmi Ramanan, Ramanan Visvanathan, and Subhadra Satapathy. "Halal Certification: Implication for Marketers in UAE." *Journal of Islamic Marketing* 2, no. 2 (2011): 138–53.
- Rohman, Abdul. "Pengembangan Dan Analisis Produk Halal." Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.

- Rusdi, Syezreen Dalina, Nurain Achim, Wan Edura Wan Rashid, and Nurasyikin Hayat. "Employee Relationship Quality and Customer Satisfaction: The Case of Halal Products Supplier at Elhajj Products SdnBhd." *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences* 6, no. 6 (2016): 35–39.
- Sayekti, Nidya Waras. "Jaminan Produk Halal Dalam Perspektif Kelembagaan." *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik* 5, no. 2 (2014): 193–209.
- Shah Alam, Syed, and Nazura Mohamed Sayuti. "Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in Halal Food Purchasing." *International Journal of Commerce and Management* 21, no. 1 (2011): 8–20.
- Shariff, Sariwati Mohd, and Nurul Akma Abd Lah. "Halal Certification on Chocolate Products: A Case Study." *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 121 (2014): 104–12.
- Silalahi, Ulber. "Metode Penelitian Sosial, PT." *Refika Aditama, Bandung*, 2010.
- Susanto, Burhanuddin. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen Dan Sertifikasi Halal*. UIN-Maliki Press, 2011.
- Tieman, Marco. "Establishing the Principles in Halal Logistics." *Journal of Emerging Economies and Islamic Research* 1, no. 1 (2013): 19–31.
- Waharini, F M, and A H Purwantini. "Model Pengembangan Industri Halal Food Di Indonesia. Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 9 (1), 1–13," 2018.
- Zulfakar, Mohd Hafiz, Caroline Chan, and Ferry Jie. "Institutional Forces on Australian Halal Meat Supply Chain (AHMSC) Operations." *Journal of Islamic Marketing* 9, no. 1 (2018): 80–98.