

MODEL PENGEMBANGAN PRODUK HALAL

Najiatun¹, Ryan Rahmah Maulayati²

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

¹ Universitas Airlangga, email: najiatun-2018@pasca.unair.ac.id

² ryan.rahmah.maulayati-2018@pasca.unair.ac.id

PENDAHULUAN

Islam akan menjadi agama terbesar kedua di Amerika Serikat Willingham, 2018 dalam (Nur Asnawi, 2018). Wilayah terbesar akan Asia Tenggara dan Timur Tengah dengan total 1,9 miliar konsumen muslim di 112 negara (Alam, 2011). Populasi Muslim semakin semakin tinggi dan hampir mencakup seperempat dari penduduk dunia (Mahroo Khan, 2019). 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 signifikan tidak bisa perhatian 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. (Zulfakar, 2018)

Konsep halal diterima begitu saja karena negara-negara pada umumnya sebelum 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 antar negara. Kurangnya peraturan yang tepat tentang sertifikasi 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. (Suddin Lada, 2009)

Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, terutama Ilmu Pangan, persoalan kehalalan 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 higenis, hanya jika telah melalui proses halal dan dibuat dengan bahan-bahan halal sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah (Waqar Ahmed, 2018). Fathi dkk. (2016) dalam (Waqar Ahmed, 2018) 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 diatas 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.

Menurut Dinar Standard (2012), prioritas konsumen muslim ketika berpergian 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 of the pasar Islam (Thomson-Reuters, 2016). 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 (Azam, 2016), dan tentu saja sangat penting untuk bisnis praktisi. (Nur Asnawi, 2018)

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 (Suddin Lada, 2009)

Produk dan jasa halal dipilih oleh umat Muslim sebagai bentuk ketiaatan 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 (Faqiatul Mariya Waharini, 2018) 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 kemudian dikeluarkan sertifikasi halal kepada produk tersebut (Hasan, 2014).

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 and Fischer, 2018 *dalam* (Waqar Ahmed, 2018), 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 (Mukhtar dan Mohsin Butt, 2012; Lever and Fischer, 2018). Oleh karena itu, umat Islam juga memiliki kekhawatiran tentang bahan-bahan non-makanan (Rusdi et al., 2016; Lever et al., 2015)

Dalam penelitian (Waqar Ahmed, 2018) bahwa proses Halal, sebagian besar konsumen lebih tertarik untuk membeli makanan dan produk yang halal bersertifikat dengan “halal” logo. Hasil 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 (Rohman, 2012).

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). Mengkonsumsi 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 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 (Haleem, 2017). Halal Development Corporation HDC 2010 Menyoroti bahwa produk halal harus dibuat sesuai dengan Syariah Islam, termasuk semua kegiatan logistik

dan lain-lain (Mahroo Khan, 2019).

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 pengorbananficed pada nama beberapa Tuhan palsu. Anggur dan minuman beralkohol lainnya dilarang dalam Islam. Ini semua makanan dianggap melanggar hukum dalam kuantitas atau substansi (Javeed Anam, 2018).

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 halal (Shariff, 2014).

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 Jumatan Azmi, 2005 *dalam* (Suddin Lada, 2009).

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 memabukkan (Sayekti, 2014).

Produk halal mengacu pada produk-produk yang memenuhi syarat syar'i yang mencegah keharaman, baik ditinjau dari segi zatnya maupun selain zatnya (Burhanuddin, 2011). Menurut (Al-Ghazali, 2007), yang mengakibatkan makanan (benda) bisa menjadi haram karena jenisnya yang haram, seperti khamar, babi, dan sebagainya, termasuk di dalamnya produk-produk dari turunannya (alkohol, gelatin, dan lainnya), dan haram karena cara 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 masyarakat (www.kemenperin.go.id, 2019).

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 penting (Silalahi, 2010).

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 Ab Thalib et al., 2016 *dalam* (Mahroo Khan, 2019). 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 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 (Mahroo Khan, 2019).

Halal logistik terutama salah satu industri yang paling cepat pertumbuhan yang memberikan jaminan substantif produk halal, mulai dari hulu ke hilir (Tieman, 2013). 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, perdagangan, 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. Untuk itu, media dapat memainkan signifikan. Peran tidak bisa dalam mendidik orang tentang produk dan layanan halal. Demikian pula, media juga 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 (Mahroo Khan, 2019).

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 trasnportasi produk halal telah dilakukan dengan benar sehingga tidak terkontaminasi produk non halal (Soon et al, 2017). 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 (Faqiatul Mariya Waharini, 2018).

Halal logistic yang dapat menjamin kehalalan produk, memerlukan pertimbangan 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 (Jaafar, 2011) diantaranya:

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

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 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 outlet. (Nur Asnawi, 2018)

Dalam penelitian (Rajagopal, 2011) 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 halalifikasi 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 makananifikasi untuk produk dan layanan mereka demi perkembangan bisnis mereka.

Ketika konsumen membeli produk, mereka tidak tahu jika produk yang halal, “halal” 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 dipisahkan saat diangkut (Ngah, 2014).

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. Sertifikasi 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 halal (Mubasher Munawar Khan, 2017).

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 (Sayekti, 2014).

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 penyelenggaranya, 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 administrasi sertifikasi halal yang telah ditetapkan (Sayekti, 2014).

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

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 (Faqiatul Mariya Waharini, 2018).

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 (Faqiatul Mariya Waharini, 2018).

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, 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 mengonsumsi produk halal. Bahwa mengonsumsi makanan halal bukan merupakan kewajiban namun kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap umat manusia.

PUSTAKA ACUAN

- Alam, S. S. (2011). Applying the theory of planned behavior (TPB) in halal food purchasing”,. *International Journal of Commerce and Management*, Vol. 21 No. 1, , pp. 8-20.
- Al-Ghazali. (2007). *Etika Islam Bimbigan Awal Menuju Hidayat Ilahi*. Bandung (ID) : Pustaka Setia.
- Azam, A. (2016). An empirical study on non-Muslim’s packaged halal food manufacturers: Saudi Arabian consumers’ purchase intention. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 7 No. 4, pp.441-460.
- Burhanuddin. (2011). *Hukum Perlindungan Konsumen*. . Malang : UIN Maliki Prees.
- Faqiatul Mariya Waharini, A. H. (2018). Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia. *Jurnal Muqtasid*, 9 (1), pp 1-12.
- Haleem, A. a. (2017). Towards successful adoption of halal logistics and its implications for the stakeholders. *British Food Journal*, Vol. 119 No. 7, , pp. 1592-1605.
- Hasan, S. (2014). *Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif Regulasi dan Implementasi Di Indonesia*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Jaafar, H. S. (2011). Innovation in Logistics Services Halal Logistics. *the 16th International Symposium on Logistics (ISL)*, pp 844-851.
- Javeed Anam, B. M. (2018). Conceptualizing the relation between halal logo, perceived product quality and the role of consumer knowledge. *Journal of Islamic Marketing*, pp 1759-0833.
- Mahroo Khan, A. N. (2019). The role of consumer willingness to pay for halal certification in Pakistan. *Journal of Islamic Marketing* , pp 1759-0833.
- Mubbsher Munawar Khan, H. A. (2017). Investigating the consumer behavior for halal endorsed products: Case of an emerging Muslim market. *Journal of Islamic marketing vol 8 issur 4*, pp 625-641.
- Mukhtar, A. a. (2012). Intention to choose Halal products: the role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing* , pp 108-120.
- Mukhtar, A. a. (2012). Intention to choose Halalproducts: the role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 3 No. 2, pp. 108-120.
- Ngah, A. Z. (2014). Adoption of halal Supply Chain among Malaysian halal Manufacturers: An Exploratory Study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol. 129, pp. 388-395. .
- Nur Asnawi, B. M. (2018). Halal Products Consumption in International Chain Restaurants among Global Moslem Consumers . *International Journal of*

- Emerging Markets*, pp 1-32.
- Rajagopal, S. R. (2011). Halal certification: implication for marketers in UAE. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 2 No. 2, pp. 138-153.
- Reuters, T. (2016). State of the Global Islamic Economy Report2016/2017”, . *Dubai the Capital of Islamic Economy, Dinarstandard, NY, USA*, pp. 24-30.
- Rohman, A. (2012). *Pengembangan dan Analisis Produk Halal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rusdi, S. A. (2016). Employee relationship quality and customer satisfaction: the case of Halal products supplier at Elhajj products SdnBhd. *Journal of Environmental and Biological Sciences*, Vol. 6 No. 6S, , pp. 35-39.
- Sayekti, N. W. (2014). JAMINAN PRODUK HALAL DALAM PERSPEKTIF KELEMBAGAAN (Warranty of Halal Product of Institutional Perspective) . *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, Vol. 5 No. 2, pp 193 -209.
- Shariff, S. a. (2014). Halal Certification on Chocolate Products: A Case Study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol. 121, pp. 104-112.
- Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Suddin Lada, G. H. (2009). Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 2 Iss: 1 , pp. 66 – 76.
- Tieman, M. (2013). Establishing the principles in halal logistics. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, Vol. 1 No. 1, pp. 1-13.
- Waqar Ahmed, A. H. (2018). Consumer behaviour towards willingness to pay for Halal products: An assessment of demand for Halal certification in a Muslim country. *British Food Journal*, 0007-070X.
- www.kemenperin.go.id. (2019, 06 13). Retrieved from <http://www.kemenperin.go.id/artikel/11012/UU-Jaminan-Produk-Halal-Harus-Direvisi>
- Zulfakar, M. C. (2018). Institutional forces on Australian halal meat supply chain (AHMSC) operations”,. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 9 No. 1, , pp. 80-98.