

Implementasi Regulasi Halal dalam Menunjang Kepercayaan Konsumen

Neng Nazma Aulia *¹
Rimarsha Desta Anjani ²
Mutiara Ramadhani ³
Lina Marlina ⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi, Tasikmalaya, Indonesia
*e-mail: 231002031@student.unsil.ac.id¹, 231002041@student.unsil.id², 231002019@student.unsil.ac.id³
linamarlina@unsil.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini membahas implementasi regulasi halal dalam menunjang kepercayaan konsumen, dengan fokus pada efektivitas Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) dan penerapannya di kalangan pelaku usaha, khususnya UMKM. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui studi kepustakaan dengan mengkaji literatur berupa jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, fatwa DSN-MUI, serta regulasi terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal berperan strategis sebagai instrumen perlindungan konsumen sekaligus faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian, karena label halal meningkatkan rasa aman, loyalitas, dan citra positif produk. Namun, implementasi regulasi halal di Indonesia masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan pemahaman pelaku UMKM, biaya sertifikasi yang dianggap memberatkan, serta kurangnya sosialisasi dari pihak berwenang. Di sisi lain, peluang yang terbuka sangat besar seiring meningkatnya kesadaran masyarakat muslim terhadap produk halal, dukungan regulasi, serta potensi pasar halal global. Dengan demikian, regulasi halal memiliki peran ganda sebagai instrumen hukum dan strategi bisnis dalam membangun kepercayaan konsumen serta memperkuat daya saing produk halal Indonesia.

Kata kunci: Regulasi halal, kepercayaan konsumen, sertifikasi halal, UMKM, industri halal

Abstract

This study examines the implementation of halal regulations in enhancing consumer trust, with a focus on the effectiveness of Law No. 33 of 2014 concerning Halal Product Assurance (UU JPH) and its application among business actors, particularly micro, small, and medium enterprises (MSMEs). The research employs a qualitative descriptive method through library research by reviewing literature such as scientific journals, books, research reports, DSN-MUI fatwas, and related regulations. The findings indicate that halal certification plays a strategic role as a consumer protection instrument and an essential factor in purchasing decisions, as the halal label increases consumer safety, loyalty, and positive product image. However, the implementation of halal regulations in Indonesia still faces several challenges, including limited understanding among MSMEs, relatively high certification costs, and a lack of socialization by authorities. On the other hand, there are significant opportunities along with the increasing awareness of halal products among Muslim consumers, regulatory support, and the growing global halal market potential. Thus, halal regulations serve a dual role as both a legal instrument and a business strategy in building consumer trust and strengthening the competitiveness of Indonesia's halal products.

Keywords: Halal regulation, consumer trust, halal certification, MSMEs, halal industry

PENDAHULUAN

Penerapan regulasi halal di Indonesia semakin penting seiring meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kehalalan produk. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) membebaskan kewajiban sertifikasi halal bagi produk yang diproduksi dan beredar di Indonesia, termasuk bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Regulasi tersebut bertujuan bukan hanya sebagai bentuk kepatuhan terhadap ajaran agama tetapi juga sebagai instrumen perlindungan konsumen agar mendapatkan kepastian hukum bahwa produk yang dikonsumsi benar-benar halal (Nasrudin, 2025). Meskipun regulasi sudah ada, implementasi di lapangan menghadapi berbagai tantangan yang dapat melemahkan kepercayaan konsumen. Beberapa artikel menyebutkan bahwa biaya sertifikasi yang tinggi, proses yang rumit,

kurangnya sosialisasi, dan keterbatasan sumber daya manusia menjadi hambatan utama bagi pelaku usaha, terutama UMKM, untuk memperoleh sertifikasi halal (Nurrosyidah and Syakur 2024).

Kepercayaan konsumen berkaitan erat dengan seberapa transparan dan efektif regulasi dan sertifikasi halal tersebut dijalankan. Aspek seperti label halal yang jelas, sistem jaminan halal yang konsisten, serta mekanisme pengawasan yang dapat dipertanggungjawabkan sangat mempengaruhi persepsi konsumen. Semakin tinggi tingkat keterbukaan dan akuntabilitas dalam penerapan regulasi halal, semakin besar pula rasa percaya masyarakat terhadap produk yang mereka konsumsi. Sebaliknya, jika regulasi diterapkan secara tidak konsisten atau pengawasan lemah, konsumen akan cenderung ragu dan bahkan dapat menurunkan loyalitas mereka terhadap merek maupun produsen yang bersangkutan. Dengan demikian, keberhasilan regulasi halal tidak hanya diukur dari sisi hukum, tetapi juga dari sejauh mana regulasi tersebut mampu membangun citra positif dan rasa aman bagi konsumen. (Magfiratun, Mujibatun, and Imron 2025).

Keputusan konsumen dalam memilih suatu produk sangat dipengaruhi oleh keberadaan sertifikasi halal yang menjadi jaminan kepercayaan. Label halal yang tertera pada kemasan tidak hanya memberikan kepastian hukum, tetapi juga menghadirkan rasa aman dan nyaman bagi konsumen muslim dalam menggunakan produk. Hal ini terlihat pada sektor kosmetik, di mana mayoritas konsumen cenderung memilih produk yang bersertifikat halal meskipun harus membayar dengan harga yang lebih tinggi, karena mereka menilai bahwa kehalalan merupakan bagian dari kualitas dan integritas produk. Dengan demikian, implementasi regulasi halal melalui kewajiban sertifikasi berperan strategis dalam memengaruhi keputusan pembelian, memperkuat loyalitas, sekaligus meningkatkan nilai tambah produk di mata konsumen (Machbub et al. 2023).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi regulasi halal dalam menunjang kepercayaan konsumen, menelaah efektivitas sistem jaminan halal yang diterapkan pemerintah melalui sertifikasi, serta mengidentifikasi hambatan dan peluang dalam pelaksanaan regulasi halal, khususnya bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis berupa pengayaan literatur mengenai regulasi halal dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen, serta kontribusi praktis sebagai masukan bagi regulator, lembaga sertifikasi, dan pelaku usaha dalam mengoptimalkan penerapan regulasi halal. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini adalah bahwa regulasi halal melalui kewajiban sertifikasi dan pengawasan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal, namun keberhasilannya sangat bergantung pada konsistensi implementasi, efektivitas sosialisasi, serta transparansi lembaga yang berwenang.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (library research). Data yang digunakan bersumber dari literatur sekunder berupa jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, fatwa DSN-MUI, serta regulasi terkait asuransi syariah. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri sumber-sumber terpercaya yang relevan dengan topik penelitian, kemudian dianalisis menggunakan metode analisis isi (content analysis) untuk mengkaji praktik asuransi syariah dari perspektif hukum Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Landasan Regulasi Halal Di Indonesia

Regulasi halal di Indonesia memiliki dasar hukum yang kuat sejak disahkannya Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). UU ini menegaskan bahwa setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Tujuannya adalah memberikan kepastian hukum, perlindungan, serta kenyamanan bagi masyarakat Muslim dalam mengonsumsi dan menggunakan produk. Dengan adanya UU JPH, sertifikasi halal yang sebelumnya bersifat sukarela kini menjadi kewajiban hukum (Arief 2024).

Pelaksanaan regulasi halal dilakukan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di bawah Kementerian Agama. BPJPH bertugas menyusun kebijakan, standar, prosedur, dan kriteria JPH serta menerbitkan dan mencabut sertifikat halal. Meski kewenangan

administratif ada pada BPJPH, Majelis Ulama Indonesia (MUI) tetap berperan penting dalam memberikan fatwa kehalalan produk melalui Komisi Fatwa, sedangkan LPPOM-MUI berperan dalam pemeriksaan teknis produk. Dengan demikian, regulasi halal di Indonesia melibatkan kolaborasi antara lembaga pemerintah dan otoritas keagamaan (Chulsum Layyinatul Chasanah and Shofiyullah Muzammil 2024).

Selain UU JPH, regulasi halal diperkuat dengan peraturan pelaksana, salah satunya Peraturan Pemerintah No. 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Peraturan ini menjabarkan lebih detail mekanisme teknis sertifikasi, cakupan produk wajib halal, proses pemeriksaan, pengawasan, hingga sanksi bagi pelanggar. Hal ini menunjukkan bahwa regulasi halal tidak hanya sebatas aturan normatif, melainkan juga memiliki instrumen teknis yang dapat dilaksanakan secara sistematis (Supriyadi and Asih 2021). Pemerintah juga mendorong program fasilitasi bagi usaha mikro dan kecil melalui Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) dengan mekanisme *self-declare*. Program ini ditujukan agar pelaku usaha kecil tidak terbebani biaya dan prosedur panjang dalam memperoleh sertifikasi halal. Upaya ini merupakan bagian dari strategi negara untuk memperluas cakupan implementasi regulasi halal dan meningkatkan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya kehalalan produk (Nur Kasanah and Muhammad Husain As Sajjad 2022).

Dengan adanya regulasi halal yang komprehensif, Indonesia tidak hanya memberikan perlindungan bagi konsumen, tetapi juga memperkuat daya saing industri halal di tingkat global. Regulasi halal berfungsi sebagai instrumen hukum, perlindungan konsumen, sekaligus strategi branding Indonesia sebagai pusat industri halal dunia. Tantangan yang masih ada, seperti biaya sertifikasi, keterbatasan sosialisasi, dan keterlibatan UMKM, menjadi pekerjaan rumah bagi pemerintah dan lembaga terkait agar regulasi halal benar-benar efektif dalam menunjang kepercayaan konsumen (Sayekti 2014).

Implementasi Regulasi Halal Oleh Pelaku Usaha

Pelaku usaha, termasuk UMK, memiliki kewajiban untuk memastikan produk yang beredar di Indonesia sesuai dengan ketentuan halal sebagaimana diatur dalam UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Regulasi ini mewajibkan seluruh produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia memiliki sertifikat halal, kecuali bagi produk yang jelas-jelas berbahan dasar haram, yang diwajibkan mencantumkan label tidak halal. Dalam praktiknya, pelaku usaha berhak mendapatkan edukasi, sosialisasi, serta pembinaan mengenai tata cara produksi halal. Mereka juga diwajibkan memberikan informasi secara benar, memisahkan fasilitas produksi halal dan non-halal, memiliki penyelia halal, serta melaporkan setiap perubahan komposisi bahan kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Setelah sertifikat halal diperoleh, pelaku usaha harus mencantumkan label halal, menjaga kehalalan produk, memperbarui sertifikat ketika masa berlaku habis, dan tetap konsisten pada standar yang telah ditetapkan.

Bagi pelaku UMK, sertifikasi dapat dilakukan melalui mekanisme *self-declare* dengan syarat tertentu, misalnya produk tidak berisiko, bahan yang digunakan telah dipastikan halal, dan proses produksi sederhana. Proses ini tetap harus melalui pendampingan Proses Produk Halal (PPH) serta penetapan fatwa oleh MUI. Seluruh dokumen seperti alur produksi, daftar bahan, hingga pernyataan kehalalan wajib diunggah melalui sistem SIHALAL. Setelah verifikasi oleh pendamping, BPJPH akan menerbitkan sertifikat halal berdasarkan fatwa MUI. Dengan adanya mekanisme tersebut, regulasi halal bukan hanya instrumen hukum, tetapi juga menjadi pedoman yang mengikat pelaku usaha agar menjamin kepastian hukum, kenyamanan, serta keamanan bagi konsumen muslim, sekaligus meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk mereka di pasar domestik maupun internasional (Rukman, Suhra, and Elviana 2024).

Para pelaku usaha dituntut bertanggung jawab penuh terhadap keamanan dan kehalalan produk yang dipasarkan. Masyarakat memiliki hak untuk mendapatkan informasi jelas terkait komposisi produk, asal bahan, serta proses produksinya. Oleh karena itu, regulasi halal melalui UU No. 33 Tahun 2014 tentang JPH mengubah status sertifikasi halal dari sukarela (*voluntary*) menjadi wajib (*mandatory*) sejak 17 Oktober 2019 (Warto and Samsuri 2020).

Dalam implementasinya, dalam jurnal (Warto and Samsuri 2020) BPJPH bertugas melayani permohonan sertifikasi, sedangkan LPPOM MUI melakukan pemeriksaan dan pengujian produk, dan Komisi Fatwa MUI menetapkan fatwa kehalalan. Pelaku usaha yang ingin memperoleh sertifikat halal wajib mengikuti tahapan audit yang ketat, mulai dari bahan baku hingga distribusi produk. Hal ini menjamin bahwa produk yang dipasarkan benar-benar *halal* dan *thayyib*. Penerapan regulasi halal memberi dampak positif bagi pelaku usaha. Sertifikat halal tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga menjadi *unique selling point* (USP) yang memberi daya saing lebih tinggi di pasar. Produk bersertifikat halal juga lebih mudah diterima di pasar global, terutama negara-negara mayoritas muslim. Selain itu, regulasi halal mendorong pelaku usaha untuk memperbaiki sistem administrasi dan dokumentasi agar lebih tertib dan modern.

Dengan demikian, implementasi regulasi halal tidak sekadar kewajiban hukum, tetapi juga strategi bisnis yang memberi perlindungan konsumen, memperkuat posisi produk lokal, serta membuka peluang ekspor yang lebih luas.

Dampak Regulasi Halal Terhadap Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen merupakan aspek utama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, utamanya dalam hal produk yang terkait dengan kesehatan, keamanan, serta keagamaan. Dalam islam, aspek kehalalan produk adalah salah satu bentuk dari pemenuhan standar etis serta keagamaan yang penting untuk konsumen muslim, dan sertifikasi halal menjadi instrumen utama untuk memberikan jaminan atas kepatuhan produk terhadap prinsip islam. Sertifikasi atau regulasi halal bukan hanya sekedar label, tetapi menjadi simbol dari kualitas, keamanan, dan kepatuhan agama yang membantu konsumen muslim dalam mempercayai serta yakin terhadap produk yang mereka gunakan sesuai dengan nilai-nilai agama islam (Taufiq and Emilia Puji Lestari 2024).

Regulasi halal atau Sertifikasi menciptakan kepercayaan yang kuat terhadap produk makanan, minuman, dan kosmetik. Pada negara yang mayoritas muslim, contohnya Indonesia yang merupakan salah satu negara dengan populasi penduduknya menganut agama islam terbesar, sertifikasi halal menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian. Selain daripada itu, konsumen akan melihat produk dengan bersertifikat halal sebagai produk yang dapat dipercaya dalam jangka waktu panjang yang membantu dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Banyak penelitian menyatakan bahwa dengan adanya regulasi halal atau sertifikat halal, konsumen akan cenderung memiliki anggapan positif terhadap merek pada produk tersebut dan menunjukkan loyalitas yang lebih signifikan terhadap merek dari produk tersebut (Taufiq and Emilia Puji Lestari 2024).

Regulasi halal juga membantu dalam hal mengurangi ketidakpastian konsumen, terutama dalam produk makanan dan minuman, yang dimana faktor kehalalan sering kali dapat mempengaruhi dalam hal keputusan pembelian. Konsumen muslim yang lebih memperhatikan terhadap kehalalan dari sebuah produk akan lebih cenderung memilih produk yang sudah bersertifikat halal dibandingkan dengan produk yang belum bersertifikasi halal. Hal tersebut berarti, sertifikasi halal tidak hanya memberikan rasa aman kepada konsumen, melainkan juga menciptakan citra positif bagi produsen atau produk serta memberikan keunggulan kompetitif di pasar (Taufiq and Emilia Puji Lestari 2024).

Tantangan Dan Peluang Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen

Tantangan utama dalam implementasi regulasi halal di Indonesia menurut (Hasyim 2023) masih terletak pada aspek kebijakan, sumber daya manusia, infrastruktur, sosialisasi, dan produksi. Regulasi Jaminan Produk Halal (JPH) dinilai belum sepenuhnya efektif karena minimnya sertifikasi, lemahnya standarisasi, dan ketiadaan peta jalan (*roadmap*) pengembangan industri halal. Selain itu, masih banyak produsen yang kurang memperhatikan aspek halal, terutama di kalangan usaha kecil, serta keterbatasan infrastruktur pendukung yang memadai.

Promosi dan sosialisasi halal juga dinilai belum optimal, sehingga kesadaran masyarakat masih rendah. Tantangan lain adalah terbatasnya bahan baku yang memenuhi standar halal, ketergantungan impor, dan belum adanya definisi standar yang jelas.

Selain itu tantangan utama dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal adalah masih rendahnya pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya sertifikasi halal. Banyak pelaku usaha yang menganggap sertifikasi halal sekadar formalitas, sehingga enggan mengurusnya karena dianggap rumit dan membutuhkan biaya. Kondisi ini berdampak pada keraguan konsumen, terutama karena mayoritas masyarakat muslim menghendaki kepastian kehalalan produk yang mereka konsumsi. Di sisi lain, peluang yang terbuka cukup besar, sebab dengan adanya sertifikasi halal, produk UMKM tidak hanya memperoleh jaminan kepercayaan konsumen, tetapi juga memiliki nilai tambah kompetitif yang dapat memperluas pasar dan meningkatkan daya saing di tingkat lokal maupun global (Marlina, Joni, and Wijaya 2023).

Namun, di sisi lain, peluang industri halal di Indonesia sangat besar. Pertumbuhan populasi muslim dunia yang terus meningkat menciptakan pasar global yang potensial, tidak hanya di negara muslim, tetapi juga di negara non-muslim yang kini mulai melirik produk halal. UMKM memiliki peranan penting dalam memperkuat industri halal karena jumlahnya yang besar dan keberagaman produk lokal. Dengan dukungan regulasi, sertifikasi, dan akses pembiayaan syariah yang lebih mudah, sektor UMKM dapat menjadi motor penggerak yang meningkatkan daya saing Indonesia di pasar global. Selain itu, meningkatnya tren gaya hidup halal juga mendorong konsumen lebih sadar terhadap pentingnya mengonsumsi produk halal, sehingga dapat memperkuat kepercayaan terhadap produsen dalam negeri.

Dalam meningkatkan kepercayaan konsumen menurut (Mardianto, Parakkasi, and Muthiadin 2025), tantangan yang dihadapi adalah masih adanya keraguan konsumen terhadap keaslian dan kualitas sertifikat halal. Sekitar 40% konsumen di Indonesia masih merasa skeptis terhadap klaim halal akibat kurangnya pemahaman tentang proses sertifikasi dan lemahnya transparansi informasi dari lembaga terkait. Minimnya sosialisasi serta keterbatasan pengetahuan produsen dan konsumen turut menimbulkan celah dalam membangun kepercayaan. Di sisi lain, generasi milenial dan Gen Z menuntut transparansi lebih tinggi, termasuk keterbukaan informasi mengenai proses audit halal, lembaga yang mengeluarkan sertifikasi, serta bagaimana produsen menjaga konsistensi kehalalan produknya.

Peluangnya, sertifikat halal tidak hanya menjadi bukti kepatuhan syariah, tetapi juga berfungsi sebagai sinyal kualitas, keamanan, dan integritas yang dapat meningkatkan daya saing produk. Di pasar global, label halal sering dikaitkan dengan standar higienis dan etika produksi yang tinggi, sehingga memperluas akses ekspor. Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat menjadi instrumen strategis untuk membangun kepercayaan konsumen, memperkuat loyalitas, serta meningkatkan posisi produk Indonesia dalam rantai nilai global. Dengan memanfaatkan peluang ini melalui peningkatan transparansi, edukasi, serta dukungan regulasi yang konsisten, sertifikat halal mampu menjadi kunci utama dalam memperkuat hubungan produsen dan konsumen di industri pangan.

Dalam jurnal lain dijelaskan bahwa (Fathoni and Syahputri 2020) salah satu hambatan besar dalam penerapan regulasi halal di Indonesia adalah kurangnya kesadaran halal (*halal awareness*) di kalangan masyarakat. Banyak konsumen masih beranggapan bahwa seluruh produk yang beredar otomatis halal. Padahal, pemahaman konsep halal masih terbatas. Penelitian menunjukkan bahwa religiusitas lebih berpengaruh terhadap perilaku konsumsi produk halal dibanding sekadar pengetahuan. Faktor lain yang juga memengaruhi kesadaran halal adalah keyakinan agama, alasan kesehatan, label halal, serta paparan media. Oleh sebab itu, peningkatan sosialisasi mengenai kehalalan produk menjadi kunci dalam memperkuat kepercayaan konsumen.

Selain faktor kesadaran masyarakat, regulasi halal juga menghadapi problematika dalam implementasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Keterlambatan pemerintah dalam mengeluarkan aturan turunan seperti Peraturan Pemerintah (PP) dan Peraturan Menteri menyebabkan pelaksanaannya tidak optimal. Bahkan, ada potensi

aturan ini menyulitkan pelaku usaha kecil karena biaya tambahan serta pemisahan lokasi produksi halal. Kondisi ini dapat menghambat laju pertumbuhan ekonomi dan pada saat yang sama melemahkan kepercayaan konsumen apabila regulasi tidak dijalankan secara konsisten.

Di sisi lain (Yuanitasari, Sardjono, and Susetyo 2023), implementasi regulasi halal membawa peluang besar bagi peningkatan kepercayaan konsumen, terutama dengan adanya digitalisasi sertifikasi halal melalui aplikasi SiHalal yang dikembangkan oleh BPJPH. Layanan ini memungkinkan pelaku usaha, termasuk UMKM, mengajukan sertifikasi halal secara *online* sehingga lebih cepat dan efisien. Namun, rendahnya kesadaran dan keterbatasan akses internet di wilayah pedesaan masih menjadi kendala. Jika hambatan ini dapat diatasi melalui edukasi dan pendampingan, maka peluang peningkatan daya saing produk halal dan kepercayaan konsumen akan semakin terbuka.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa implementasi regulasi halal memiliki peran penting dalam membangun dan menjaga kepercayaan konsumen muslim di Indonesia. Keberadaan Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) serta regulasi turunannya memberikan dasar hukum yang kuat bagi perlindungan konsumen sekaligus mendorong peningkatan daya saing industri halal. Namun, dalam praktiknya masih terdapat sejumlah tantangan seperti biaya sertifikasi yang relatif tinggi, proses administrasi yang rumit, minimnya sosialisasi, serta rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya sertifikasi halal. Kendati demikian, peluang yang dimiliki juga sangat besar, mengingat pertumbuhan industri halal global dan tren gaya hidup halal yang semakin meningkat. Regulasi halal bukan hanya instrumen hukum, tetapi juga strategi bisnis yang dapat memperkuat citra, loyalitas, serta daya saing produk di pasar lokal maupun internasional. Dengan konsistensi implementasi, peningkatan edukasi, serta dukungan infrastruktur yang memadai, regulasi halal dapat menjadi kunci utama dalam membangun ekosistem industri halal yang berkelanjutan serta meningkatkan kepercayaan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Fitriani. 2024. "Sejarah Dan Perkembangan Lembaga Penjaminan Halal Di Indonesia." *AL-IQTISHAD: Jurnal Ekonomi* 16(2):351–60. doi: 10.30863/aliqtishad.v16i2.7875.
- Chulsum Layyinatul Chasanah, and Shofiyullah Muzammil. 2024. "Studi Komparasi Regulasi Sertifikasi Halal Oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) Dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH)." *Maslahah : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 3(1):138–49. doi: 10.59059/maslahah.v3i1.1947.
- Fathoni, Muhammad Anwar, and Tasya Hadi Syahputri. 2020. "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang Dan Tantangan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6(3):428. doi: 10.29040/jiei.v6i3.1146.
- Hasyim, Hasnil. 2023. "Peluan Dan Tatangan Industri Halal Di Indonesia." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7(2):665–88. doi: 10.30868/ad.v7i02.4918.
- Machbub, Salma, Fani Nopiyanti, Tira Fitria, and Lina Marlina. 2023. "ANALISIS DAMPAK SERTIFIKASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi Tahun 2020-2021)." *Ekonom : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 3(3):140–48. doi: 10.58432/ekonom.v3i3.1012.
- Magfiratun, Siti, Siti Mujibatun, and Ali Imron. 2025. "Consumer Perception and Challenges of Halal Certification in the Food and Beverage Industry in Indonesia." *International Journal of Nusantara Islam* 13(1):153–62. doi: 10.15575/ijni.v13i1.46030.
- Mardianto, Dedi, Idris Parakkasi, and Cut Muthiadin. 2025. "Peran Sertifikat Halal Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pada Produk Industri Pangan Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak* 2(2):346–60.
- Marlina, Lina, Joni Joni, and Trisna Wijaya. 2023. "Pendampingan Sertifikasi Halal Bagi Umkm Makanan Di Kabupaten Tasikmalaya Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing." *Jurnal Pengabdian Siliwangi* 9(1):2021–24. doi: 10.37058/jsppm.v9i1.6823.

- Nasrudin Nasrudin1, Nina Nursari2. 2025. "PERAN SERTIFIKASI HALAL DALAM PENGUATAN INDUSTRI MAKANAN HALAL: INSTRUMEN PERLINDUNGAN KONSUMEN MUSLIM DI INDONESIA." *Jurnal Ilmu Hukum* 2(1):11-22. doi: 10.15575/qanuniya.v2i1.1268.
- Nur Kasanah, and Muhammad Husain As Sajjad. 2022. "Potensi, Regulasi, Dan Problematika Sertifikasi Halal Gratis." *Journal of Economics, Law, and Humanities* 1(2):28-41. doi: 10.21154/jelhum.v1i2.1196.
- Nurrosyidah, Iif Hanifa, and Abd Syakur. 2024. "Challenges and Prospects for Implementing Halal Principles in the Jamu Industry in Indonesia." *Journal of Halal Product and Research* 7(1):104-12. doi: 10.20473/jhpr.vol.7-issue.1.104-112.
- Rukman, Aulia Andika, Andi Amalia Suhra, and Elviana. 2024. "Implementasi Kebijakan Hukum Sertifikasi Halal Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia (Implementation of Halal Certification Legal Policy in Small and Medium Enterprises in Indonesia)." *Restorative Journal* 1.2:75-87.
- Sayekti, Nidya Waras. 2014. "Jaminan Produk Halal Dalam Perspektif Kelembagaan." *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik* 5(2):193-209.
- Supriyadi, Endang Irawan, and Dianing Banyu Asih. 2021. "Regulasi Kebijakan Produk Makanan Halal Di Indonesia." *Jurnal RASI* 2(1):18-28. doi: 10.52496/rasi.v2i1.52.
- Taufiq, and Emilia Puji Lestari. 2024. "Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Produk Madu Di Ma Andalusia." *AL-IQTISHAD: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Islam* 2(2):1-16. doi: 10.47498/iqtishad.v2i2.3646.
- Warto, and Samsuri. 2020. "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia." *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2(1):2580-3816. doi: 10.31000/almaal.v2i1.2803.
- Yuanitasari, Deviana, Agus Sardjono, and Heru Susetyo. 2023. "Tantangan Regulasi Halal Untuk Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil: Sebuah Studi Socio-Legal Di Kupang Nusa Tenggara Timur." *Acta Diurnal Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan Dan Ke-PPAT-An* 6(2):254-67. doi: 10.23920/acta.v6i2.1474.