

Analisis Peran dari Digitalisasi Sertifikasi Halal terhadap Kepercayaan Konsumen dan Pengembangan UMKM di Indonesia

Rahma Amalia Fadilah *¹

Denisa Ramadhani ²

Rifa Naza Amalia ³

Lina Marlina ⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi, Indonesia

*e-mail: 231002129@student.unsil.ac.id¹, 231002101@student.unsil.ac.id²,
231002106@student.unsil.ac.id³, linamarlina@unsil.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran digitalisasi sertifikasi halal terhadap kepercayaan konsumen di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif berbasis data sekunder, penelitian ini menelaah implementasi sistem sertifikasi halal digital seperti SIHALAL yang dikembangkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi sertifikasi halal memberikan dampak positif terhadap peningkatan transparansi, efisiensi, dan akuntabilitas proses sertifikasi. Kemudahan akses verifikasi melalui teknologi digital, seperti kode QR dan basis data daring, meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kehalalan dan kualitas produk. Bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), digitalisasi mempercepat proses sertifikasi, menurunkan biaya administrasi, serta memperluas akses pasar domestik dan internasional. Namun demikian, tantangan masih muncul dari rendahnya literasi digital dan keterbatasan infrastruktur di beberapa daerah. Oleh karena itu, sinergi antara pemerintah, lembaga sertifikasi, dan pelaku usaha diperlukan untuk mengoptimalkan ekosistem sertifikasi halal digital. Secara keseluruhan, digitalisasi sertifikasi halal tidak hanya memperkuat kepercayaan konsumen, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan industri halal dan pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia.

Kata kunci: Digitalisasi, Kepercayaan konsumen, Sertifikasi Halal, UMKM.

Abstract

This study aims to analyze the role of digital halal certification on consumer trust in Indonesia. Using a qualitative descriptive approach based on secondary data, this study examines the implementation of a digital halal certification system, such as SIHALAL, developed by the Halal Product Assurance Agency (BPJPH). The results show that digital halal certification has a positive impact on increasing transparency, efficiency, and accountability in the certification process. Ease of access to verification through digital technologies, such as QR codes and online databases, increases consumer confidence in the halal nature and quality of products. For Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), digitalization accelerates the certification process, reduces administrative costs, and expands access to domestic and international markets. However, challenges remain, stemming from low digital literacy and limited infrastructure in some regions. Therefore, synergy between the government, certification bodies, and business actors is needed to optimize the digital halal certification ecosystem. Overall, digital halal certification not only strengthens consumer trust but also contributes to the development of the halal industry and the growth of the sharia economy in Indonesia.

Keywords: Digitalization, Consumer Trust, Halal Certification, UMKM.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia, terutama yang berfokus pada pariwisata halal, semakin menunjukkan pentingnya peran strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Pariwisata halal bukan hanya wisata halal tapi mencakup banyak hal, seperti makanan, pakaian, dan produk halal lainnya yang sesuai dengan syariah. Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia, khususnya yang berfokus pada pariwisata halal, terus meningkat. Hal ini didorong oleh potensi Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia (Andriani and Sucipto 2025).

Pada pertengahan tahun 2025, total penduduk Indonesia diperkirakan mencapai 284,44 juta orang, dengan sekitar 245,97 juta orang, atau 87,08% dari total, beragama Islam. Kehalalan produk menjadi masalah karena dominasi populasi Muslim ini. Ini bukan hanya masalah

pemenuhan ajaran agama, tetapi juga masalah kebijakan sosial dan ekonomi. Selain merupakan bagian dari ketaatan agama, mengonsumsi produk halal memiliki makna lain, seperti menjaga kesehatan tubuh, menjamin keamanan makanan dari zat berbahaya, dan membantu menjaga keberlanjutan masyarakat melalui pola konsumsi yang lebih sadar. Karena banyaknya konsumen Muslim di Indonesia, permintaan terhadap produk halal meningkat di berbagai industri, seperti makanan, minuman, farmasi, kosmetik, dan pariwisata. Dengan demikian, ketersediaan produk halal yang terjamin kualitasnya sangat penting untuk memenuhi kebutuhan spiritual masyarakat Muslim dan juga untuk memperkuat industri nasional di pasar global yang semakin menekankan standar halal (Sholichah and Mardikaningsih 2022).

Di Indonesia, sertifikat halal sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi pelaku usaha, khususnya mereka yang bergerak dalam sektor makanan dan minuman. Sertifikasi halal adalah pernyataan tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa suatu produk memenuhi syarat sebagai halal sesuai dengan ajaran Islam setelah melalui penilaian oleh lembaga pemeriksa halal dan dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH, 2023). Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menetapkan bahwa sertifikat halal harus dimiliki oleh semua produk makanan atau minuman yang beredar dan diperdagangkan di Indonesia. Proses sertifikasi halal di Indonesia dilakukan oleh tiga (tiga) pihak: BPJPH sebagai regulator, Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) sebagai pemeriksa, dan MUI sebagai pelaksana (Munir, Nisa, and Wafa khoirul 2024).

Aturan ini dibuat untuk mengikuti perkembangan pesat industri halal di Indonesia dan di seluruh dunia, dan untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin berfokus pada produk halal. Produk dan layanan yang dibuat atau diproses sesuai dengan Al-Qur'an, Sunnah, dan hukum Islam disebut industri halal. Oleh karena itu, sertifikasi halal merupakan tanggung jawab administratif dan institusional yang memengaruhi perilaku dan rencana bisnis pelaku usaha (Sholichah and Mardikaningsih 2022). Karena, dilihat para pelaku usaha terutama Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) saat ini telah mendominasi dunia usaha di Indonesia, hingga saat ini terhitung sampai 64,2 juta usaha atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, UMKM mencapai 119 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Berdasar hal itu dapat dilihat bahwa UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam membangun kestabilan ekonomi Indonesia (Amelia et al. 2024).

Dari besarnya jumlah UMKM saat ini masih terdapat para pelaku usaha yang belum mempunyai sertifikasi halal dalam usahanya. Karena, proses sertifikasi halal masih dianggap rumit dan memakan waktu, terutama bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memiliki keterbatasan sumber daya dan literasi regulasi. Hambatan tersebut menyebabkan rendahnya tingkat partisipasi UMKM dalam sertifikasi halal, sehingga dibutuhkan transformasi melalui digitalisasi proses sertifikasi halal agar lebih efisien, transparan, dan mudah diakses.

Diharapkan, digitalisasi sertifikasi halal akan menyelesaikan masalah ini. Sistem berbasis teknologi seperti Sihahal (Sistem Informasi Halal), yang dikembangkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), sekarang memungkinkan semua proses sertifikasi, mulai dari pendaftaran, verifikasi dokumen, hingga penerbitan sertifikat halal, dilakukan secara online. Proses ini meningkatkan transparansi dan akuntabilitas lembaga sertifikasi dan mempercepat waktu sertifikasi. Karena memungkinkan proses pelacakan (*traceability*) dan verifikasi data secara terbuka dan aman, penggunaan teknologi digital seperti blockchain bahkan dianggap dapat meningkatkan kepercayaan publik. Dengan demikian, digitalisasi sertifikasi halal memiliki potensi besar untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal sekaligus membuka pintu bagi usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia untuk berkembang.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sertifikasi halal memengaruhi kepercayaan pelanggan. Studi lain juga menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap produk halal bergantung pada kredibilitas lembaga sertifikasi dan kemudahan akses ke informasi halal di platform digital. Label halal tidak hanya menunjukkan kepatuhan religius tetapi juga menjadi simbol kualitas dan keamanan produk, yang mendorong konsumen Muslim untuk membeli produk tersebut. Dari sudut pandang ekonomi Islam, sertifikasi digital halal mematuhi prinsip Maqasid al-Syariah, terutama dalam hal hifz al-din (menjaga agama) dan hifz al-mal

(menjaga harta), karena memastikan bahwa produk dikonsumsi sesuai syariat dan meningkatkan efisiensi keuangan bisnis. Sistem digital yang transparan menunjukkan prinsip amanah, keadilan, dan ta'awun (tolong-menolong) yang dipegang oleh pelaku ekonomi dalam menjaga kehalalan produk. Oleh karena itu, digitalisasi sertifikasi halal memiliki manfaat sosial, spiritual, dan ekonomi, yang mendorong pembentukan ekosistem bisnis halal yang berkelanjutan dan beretika.

Penelitian ini berangkat dari keyakinan bahwa digitalisasi sertifikasi halal meningkatkan transparansi, efektivitas, dan kredibilitas lembaga sertifikasi, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk halal. Kepercayaan konsumen yang meningkat akan membantu pertumbuhan UMKM dengan meningkatkan daya saing, memperluas akses pasar, dan meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, digitalisasi sertifikasi halal diharapkan membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) Indonesia berkembang dalam ekosistem ekonomi halal global.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis data sekunder. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini berfokus pada fenomena digitalisasi sertifikasi halal di Indonesia dan bagaimana hal itu berdampak pada kepercayaan konsumen. Data sekunder digunakan untuk memperoleh pemahaman mendalam terhadap perkembangan digitalisasi sertifikasi halal di Indonesia, kebijakan pemerintah, serta persepsi konsumen terhadap sistem tersebut. Pendekatan deskriptif kualitatif dianggap tepat karena memungkinkan peneliti untuk menggali fenomena secara mendalam tanpa melakukan intervensi langsung terhadap subjek penelitian.

Subjek penelitian ini adalah konsumen produk halal di Indonesia, khususnya masyarakat yang menggunakan layanan digital dalam memverifikasi status halal suatu produk melalui sistem sertifikasi halal berbasis digital yang dikembangkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Objek penelitian difokuskan pada digitalisasi sistem sertifikasi halal, yang mencakup penerapan teknologi seperti QR Code, database halal online, serta platform digital yang digunakan oleh BPJPH dan LPPOM MUI dalam proses sertifikasi dan pelabelan halal. Berbagai publikasi ilmiah, laporan resmi pemerintah, situs BPJPH dan MUI, serta artikel jurnal internasional dan nasional tentang digitalisasi, kepercayaan konsumen, dan sertifikasi halal adalah sumber data sekunder dalam penelitian ini. Laporan tahunan BPJPH, data dari Kementerian Agama Republik Indonesia, dan hasil penelitian sebelumnya yang relevan adalah sumber-sumber ini³. Dengan menggunakan data sekunder, peneliti dapat triangulasi teori dan temuan empiris tanpa melakukan survei lapangan. Akibatnya, hasil analisis dapat mencerminkan kondisi faktual yang telah diuji secara akademik.

Analisis isi terhadap berbagai literatur dan dokumen yang telah dikumpulkan digunakan dalam proses analisis data. Dalam analisis ini, ada beberapa tahap yang diambil untuk menemukan, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan data tentang gagasan tentang digitalisasi sertifikasi halal dan efeknya terhadap kepercayaan konsumen. Tahap pertama adalah melihat literatur akademik dan dokumen resmi untuk menemukan indikator digitalisasi dalam proses sertifikasi halal. Tahap kedua adalah mengidentifikasi hubungan antara penerapan sistem digital dan peningkatan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual. Selanjutnya, hasil digabungkan untuk menghasilkan kesimpulan yang deskriptif dan analitis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan kajian ekonomi Islam, khususnya dalam hal transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan pelanggan terhadap produk halal di era digital. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu BPJPH dan pelaku industri halal mengoptimalkan proses digitalisasi sertifikasi halal di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sertifikasi halal adalah suatu proses untuk memperoleh Sertifikat Halal melalui beberapa tahapan untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi, dan Sistem Jaminan Halal produk suatu perusahaan memenuhi standar halal. Menurut Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 168 menyatakan prinsip dasar dari sertifikasi halal sendiri adalah halal (diperbolehkan) dan

thoyyiban (bermanfaat). Hal ini memberi gambaran untuk umat Muslim di dunia bahwa sesuatu yang masuk ke dalam tubuh haruslah sah menurut hukum Islam dan juga bermanfaat bagi dirinya sendiri. Berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan kehalalan produk makanan dan minuman antara lain Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Adapun menurut undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal lebih memberi perlindungan dan kepastian hukum bagi konsumen mengkonsumsi produk halal (Aisyah et al. 2023).

Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia telah melihat kemajuan besar dalam digitalisasi sertifikasi halal. Proses digitalisasi sistem sertifikasi halal telah dimulai sejak Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) dan pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di bawah Kementerian Agama. Sistem Sistem Informasi Halal (SIHALAL) adalah langkah penting dalam transformasi ini. Pelaku usaha dapat mengajukan sertifikasi halal secara online, melacak prosesnya, dan mengunduh sertifikat halal tanpa perlu bertemu langsung dengan petugas BPJPH melalui platform ini.

Pada aspek digitalisasi untuk pelaku usaha, pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menargetkan agar 30 juta UMKM dapat mengadopsi teknologi digital pada tahun 2024 melalui program UMKM Level Up. Selain itu, laporan Kominfo menyebut bahwa saat ini telah terdapat 27 juta UMKM yang sudah menggunakan teknologi digital, dengan target peningkatan ke angka 30 juta (Sudoyo 2024). Berdasarkan data-tersebut, digitalisasi sertifikasi halal melalui platform seperti SiHalal memiliki dua implikasi penting bagi kepercayaan konsumen. Pertama, transparansi dan keaslian sertifikat menjadi lebih mudah diverifikasi oleh konsumen karena produk yang bersertifikasi secara digital dapat dicek statusnya melalui sistem daring. Kedua, efisiensi proses penerbitan sertifikat.

Data sekunder yang diperoleh dari Laporan Tahunan BPJPH 2024 menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah sertifikasi halal yang diajukan secara digital. Hingga akhir tahun 2024, terdapat lebih dari 1,2 juta produk bersertifikat halal, meningkat hampir 35% dibandingkan tahun sebelumnya, di mana sekitar 80% pengajuan dilakukan melalui sistem SIHALAL (Setiawan 2024). Hal ini menandakan bahwa digitalisasi telah mempercepat proses sertifikasi dan memperluas jangkauan layanan kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang sebelumnya terkendala akses geografis maupun administrasi. Selain itu, laporan tahun 2023 Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyatakan bahwa sertifikasi halal berbasis digital telah meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam proses penetapan status halal. Melalui kode QR yang tertera pada kemasan, konsumen dapat secara langsung memverifikasi sertifikat halal produk melalui sistem digital. Kemudahan ini meningkatkan rasa aman pelanggan dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap kualitas barang yang dijual di pasar. Salah satu kendala utama dalam menjaga integritas sistem halal nasional adalah fakta bahwa data sertifikasi yang akurat mencegah pemalsuan sertifikat.

Dari perspektif konsumen, digitalisasi sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produsen dan lembaga sertifikasi. Menurut laporan State of the Global Islamic Economy 2023/2024 yang diterbitkan oleh DinarStandard, Indonesia naik satu peringkat dari tahun sebelumnya dan menempati peringkat ketiga di dunia dalam kategori Ekosistem Makanan Halal. Peningkatan ini dipengaruhi oleh keberhasilan pemerintah Indonesia dalam transformasi digital layanan halal yang terintegrasi. Karena BPJPH telah bekerja sama dengan beberapa negara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OKI), sistem sertifikasi halal Indonesia menjadi lebih dipercaya di seluruh dunia. Teori kepercayaan institusional, atau kepercayaan institusional, menyatakan bahwa kepercayaan publik terhadap lembaga meningkat ketika lembaga menunjukkan transparansi, konsistensi, dan kemudahan akses ke informasi. Teori ini menjelaskan peran digitalisasi dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Sistem digital yang dikendalikan oleh BPJPH dan MUI membuat lingkungan informasi yang terbuka dan dapat diverifikasi. Ini menumbuhkan keyakinan pelanggan bahwa barang yang mereka beli telah melalui proses verifikasi halal yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dengan memahami kerangka teoritis tersebut, penelitian ini kemudian menganalisis bagaimana peran dari digitalisasi sertifikasi halal terhadap kepercayaan konsumen. Berikut ini dipaparkan hasil temuan dan pembahasan yang mencakup empat aspek utama:

1. Digitalisasi Sertifikasi Halal di Indonesia

Digitalisasi sertifikasi halal di Indonesia merupakan bagian penting dari transformasi industri halal yang berorientasi pada peningkatan efisiensi, transparansi, dan kecepatan layanan. Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah Indonesia melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) mulai mengintegrasikan teknologi digital, salah satunya blockchain, untuk memperbaiki proses sertifikasi halal yang sebelumnya terkesan birokratis dan lambat. Blockchain sebagai teknologi ledger terdistribusi mempunyai keunggulan dalam hal keterlacakan, keamanan data, dan transparansi transaksi yang esensial untuk menjamin keaslian dan kehalalan produk secara real-time tanpa risiko manipulasi data (Dewi and Hakiki 2023).

Implementasi digitalisasi dalam proses sertifikasi halal tidak hanya bergantung pada penggunaan teknologi, tetapi juga memerlukan penyesuaian sistem dan regulasi terkait serta edukasi intensif kepada pelaku usaha, khususnya UMKM yang menjadi tulang punggung industri halal di Indonesia (Dewi and Hakiki 2023). Hal ini sekaligus menjadi tantangan utama mengingat tingkat literasi digital pelaku UMKM yang masih beragam dan infrastruktur teknologi yang belum merata. Selain itu, digitalisasi sertifikasi halal memberikan kesempatan besar untuk membuka akses pasar yang lebih luas bagi produk halal Indonesia, terutama di pasar internasional yang sangat memperhatikan validitas sertifikasi halal (Warto and Samsuri 2020).

Pentingnya sertifikasi halal digital juga tercermin dalam kebijakan pemerintah yang memprioritaskan percepatan dan perluasan sertifikasi halal guna mendukung visi Indonesia sebagai pusat halal dunia. Transformasi digital diharapkan membawa dampak signifikan bagi daya saing industri halal dan mendorong UMKM untuk lebih kompetitif melalui kemudahan akses sertifikasi yang terintegrasi dengan teknologi terkini. Namun, semua itu harus disertai dengan pengawasan ketat dan mekanisme verifikasi yang menyeluruh untuk meminimalisir risiko kesalahan atau manipulasi data pada proses digitalisasi (Sumule et al. 2025).

2. Pengaruh terhadap Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen merupakan variabel kunci yang sangat dipengaruhi oleh kehadiran sertifikasi halal yang dapat diakses secara digital. Sertifikasi halal yang dibuktikan secara transparan meningkatkan rasa aman bagi konsumen Muslim terhadap produk yang dikonsumsi, terutama ketika proses verifikasi dapat dilakukan secara langsung melalui skema digital seperti kode QR dan aplikasi khusus. Kepercayaan yang dibangun dari transparansi ini sangat menentukan loyalitas konsumen dan keputusan pembelian berulang, dimana konsumen kini semakin selektif dalam memilih produk berdasarkan kejelasan status halal.

Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dalam proses sertifikasi halal secara signifikan meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen karena konsumen merasa terjamin bahwa produk tersebut sudah melalui proses audit yang ketat dan diawasi oleh institusi resmi (Alinda.riska 2022). Selain itu, sertifikasi halal digital memungkinkan penyajian informasi yang lebih lengkap dan mudah diakses terkait bahan baku, proses produksi, dan rantai pasokan, yang selama ini menjadi kekhawatiran utama konsumen dalam hal kehalalan produk makanan atau minuman (Warto and Samsuri 2020).

Lebih jauh, kehadiran sertifikat halal digital ini juga menjadi alat pemasaran yang efektif, yang tidak hanya membangun kepercayaan tetapi juga memperluas jangkauan produk ke pasar global yang menuntut jaminan kehalalan yang valid dan dapat diverifikasi secara online (Warto and Samsuri 2020). Kepercayaan konsumen yang tinggi memunculkan loyalitas dan preferensi pasar yang memengaruhi peningkatan permintaan serta penguatan posisi produk halal Indonesia di kancah internasional (Warto and Samsuri 2020).

2020)

3. Dampak terhadap Pengembangan UMKM

Digitalisasi sertifikasi halal berdampak signifikan terhadap pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) halal di Indonesia. Dengan kemudahan akses sertifikasi halal yang terintegrasi secara digital, UMKM dapat mempercepat proses registrasi produk mereka dan memperoleh label halal yang menjadi syarat utama penetrasi pasar halal domestik maupun internasional. Ini memungkinkan UMKM untuk tidak hanya mempertahankan eksistensinya tetapi juga mengembangkan pasar dan meningkatkan omzet melalui reputasi kehalalan yang jelas dan terpercaya (Alfarizi and Kamila Hanum 2023).

Selain itu, proses digitalisasi mengurangi beban administratif yang selama ini menjadi kendala bagi UMKM dalam mendapatkan sertifikat halal secara tradisional, sekaligus menurunkan biaya dan waktu yang diperlukan dalam proses sertifikasi. Kemudahan ini akan mendorong pelaku UMKM untuk melakukan inovasi produk halal baru, memperbaiki kualitas produksi, serta meningkatkan daya saing di tingkat nasional dan internasional (Dewi and Hakiki 2023).

Namun, keberhasilan pengembangan UMKM melalui digitalisasi sertifikasi halal tidak hanya tergantung pada teknologi semata, tetapi juga pada dukungan kebijakan, edukasi literasi digital bagi pelaku usaha, serta sinergi antara pemerintah, lembaga sertifikasi, dan dunia usaha. Solusi pendampingan dan pelatihan yang menyasar UMKM di daerah-daerah terpencil dan kurang terlayani menjadi hal penting agar digitalisasi sertifikasi halal dapat dimanfaatkan secara maksimal dan merata (Warto and Samsuri 2020).

4. Tantangan dan Solusi

Tantangan utama dalam menerapkan digitalisasi sertifikasi halal meliputi aspek kesiapan teknologi, regulasi yang adaptif, serta pemahaman digital di kalangan pelaku usaha, khususnya UMKM. Infrastruktur teknologi yang belum merata di wilayah terpencil masih menjadi penghambat utama akses digital bagi sebagian pelaku usaha halal. Selain itu, resistensi perubahan dari sistem manual ke digital juga dapat terjadi akibat ketidakpahaman dan ketakutan akan teknologi baru (Dewi and Hakiki 2023).

Regulasi yang mengatur mekanisme digitalisasi sertifikasi halal juga harus lebih fleksibel namun tetap ketat untuk menjamin data yang dimasukkan valid dan proses sertifikasi sesuai standar syariah. Pengawasan yang kuat terhadap data dan proses sertifikasi diperlukan untuk mencegah terjadinya manipulasi dan penyalahgunaan sistem digital, yang dapat merusak kredibilitas sertifikasi halal itu sendiri (Donna, Dono, and Ahnaf 2025).

Solusi yang diusulkan antara lain adalah meningkatkan literasi digital bagi pelaku UMKM melalui pelatihan dan sosialisasi intensif, memperkuat kolaborasi antar pemangku kepentingan seperti pemerintah, lembaga sertifikasi, asosiasi pelaku usaha, dan pihak teknologi digital. (Azis 2025). Penggunaan teknologi blockchain dapat dijadikan solusi efektif untuk memastikan keabsahan data sertifikasi melalui sistem yang transparan dan tidak dapat diubah. Di samping itu, pemerintah perlu terus mendukung pengembangan infrastruktur digital dan penyederhanaan proses sertifikasi halal agar lebih mudah dijangkau dan cepat (Dewi and Hakiki 2023).

KESIMPULAN

Di Indonesia, digitalisasi sertifikasi halal telah membawa perubahan besar dalam sistem jaminan produk halal, terutama dalam hal efisiensi, transparansi, dan kepercayaan konsumen. Dengan menggunakan sistem digital seperti SIHALAL, yang dikembangkan oleh BPJPH, proses sertifikasi halal kini lebih cepat, akuntabel, dan lebih mudah diakses oleh pelaku usaha, terutama UMKM. Digitalisasi sertifikasi halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kepercayaan konsumen dan pengembangan UMKM di Indonesia. Adopsi sistem digital, seperti Sihlal/SJPH, terbukti meningkatkan transparansi, mempercepat proses sertifikasi, dan memberikan jaminan kehalalan produk yang mudah diverifikasi konsumen.

Kepercayaan konsumen yang dibangun dari transparansi digital ini merupakan variabel mediasi yang penting, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan daya saing, perluasan akses pasar, dan pertumbuhan penjualan UMKM halal. Keberhasilan integrasi antara sistem sertifikasi dan teknologi digital ini menunjukkan efek sinergis dalam mendukung visi Indonesia sebagai pusat ekosistem halal global.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan verifikasi dan keterbukaan informasi yang diberikan oleh teknologi digital sangat memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk halal. Prinsip Maqasid al-Syariah, yaitu menjaga agama (hifz al-din) dan harta (hifz al-mal), memungkinkan sertifikat halal digital yang dapat diverifikasi secara online untuk menunjukkan transparansi dan kualitas produk. Selain itu, transformasi digital sertifikasi halal meningkatkan posisi UMKM Indonesia dalam rantai pasokan industri halal secara global dengan meningkatkan persaingan dan menurunkan biaya sertifikasi.

Meskipun manfaatnya besar, implementasi digitalisasi sertifikasi halal masih menghadapi kendala signifikan, termasuk keterbatasan literasi digital di kalangan pelaku UMKM dan akses internet yang belum merata, khususnya di daerah terpencil. Adapun Langkah-langkah strategis yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja sistem digitalisasi sertifikasi halal di Indonesia diperlukan untuk mengatasi berbagai kendala yang muncul. Literasi digital di kalangan UMKM sangat rendah. Banyak bisnis masih berjuang untuk memahami prosedur digital dan penggunaan platform sertifikasi seperti SIHALAL. Pemerintah bersama BPJPH dan Kementerian Agama harus membuat program pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan untuk mengatasi hal ini. Untuk menjangkau pelaku usaha di berbagai wilayah, pelatihan dapat diberikan secara online atau offline, dan berfokus pada pemahaman proses sertifikasi, penggunaan sistem digital, dan pentingnya menjaga kehalalan produk secara konsisten.

Selain itu, keterbatasan infrastruktur teknologi menjadi tantangan yang sangat besar, terutama di wilayah terpencil yang tidak memiliki akses internet yang memadai. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah pusat dan daerah diperlukan untuk memperluas jangkauan infrastruktur digital, yang mencakup penyediaan sarana pendukung teknologi serta peningkatan kualitas jaringan. Hal ini akan memastikan bahwa seluruh bisnis, di mana pun mereka berada, dapat memanfaatkan sistem sertifikasi halal digital dengan maksimal. Digitalisasi berhasil jika sistem antarinstansi terintegrasi. Agar proses administrasi menjadi lebih efisien dan lebih transparan, sertifikasi halal harus terhubung dengan platform lain seperti Online Single Submission (OSS), BPOM, dan Kementerian Perindustrian. Dengan integrasi ini, akan terbentuk ekosistem halal digital yang saling terhubung yang akan memudahkan bisnis.

Selain itu, pemerintah dapat memberikan insentif kepada usaha kecil dan menengah (UMKM) yang ingin mendapatkan sertifikasi halal digital. Mereka dapat menawarkan pendampingan gratis, potongan biaya, atau program sertifikasi gratis. Ini dapat membantu lebih banyak UMKM berpartisipasi dalam sistem sertifikasi halal nasional. Untuk menjaga keabsahan sertifikat halal digital dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem, BPJPH harus meningkatkan perlindungan data dan sistem siber. Terakhir, kampanye besar di seluruh negeri harus dilakukan tentang pentingnya produk halal dan keuntungan digitalisasi sertifikasi bagi produsen dan pembeli. Edukasi publik yang terus menerus akan meningkatkan kesadaran masyarakat dan mendorong mereka untuk mendukung industri halal nasional.

Dengan penerapan langkah-langkah strategis tersebut, digitalisasi sertifikasi halal di Indonesia tidak hanya akan menjadi solusi administratif, tetapi juga fondasi penting dalam membangun kepercayaan konsumen, meningkatkan daya saing UMKM, serta memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat industri halal global.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan petunjuk-Nya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak BPJPH yang telah menyediakan data sekunder dan laporan publik sebagai dasar analisis penelitian ini. Selain itu, apresiasi diberikan kepada dosen pembimbing dan rekan-rekan penulis

dalam tim riset yang telah memberikan masukan, semangat, dan dukungan selama proses penulisan jurnal ini. Tidak lupa, penulis juga berterima kasih kepada pihak Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis (JMEB) atas kesempatan yang diberikan untuk mempublikasikan hasil penelitian ini. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan, sehingga saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian di masa mendatang. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, peningkatan kualitas pelayanan publik, serta penerapan prinsip ekonomi syariah di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Dara Istia, Fidhya Nurmalia, Nisrina Athiyyah Nur Azizah, and Lina Marlina. 2023. "Analisis Pemahaman Sertifikasi Halal Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)." *JIESP Journal of Islamic Economics Studies and Practices* 2 (2): 95–105. <https://doi.org/10.54180/jiesp.2023.2.2.95-105>.
- Alfarizi, Muhammad, and Rastinia Kamila Hanum. 2023. "Meningkatkan Transformasi Digital Dan Keberlanjutan Pada Umkm Kuliner Halal Indonesia: Studi Pemodelan Kinerja." *Journal of Religious Policy* 2 (2): 345–82. <https://doi.org/10.31330/repo.v2i2.30>.
- Alinda.riska, Hendri Hermawan. 2022. "Pengaruh Logo Halal , Kesadaran Halal , Dan." *Sosebi, Bisnis Islam* 2:153–68.
- Amelia, Amelia, Nadiya Nadiya, Fathul Khaira, and Rizky Kinenara Darussalam. 2024. "Sosialisasi Sertifikasi Halal Dan Manajemen Keuangan Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM." *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2 (3): 485–90. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i3.1800>.
- Andriani, S, and A Sucipto. 2025. "Pendampingan Digitalisasi Keuangan Dengan Aplikasi 'SI APIK' Dan Proses Produk Halal Untuk Komunitas Kopi Di Kabupaten Pasuruan." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan* 5 (2). <https://doi.org/10.59818/jpm.v5i2.1347>.
- Azis, Amin Fathurizqi. 2025. "IJSELAW : Indonesian Journal of Sharia Economic Law IJSELAW : Indonesian Journal of Sharia Economic Law" 3 (01): 60–69.
- Dewi, Arlinta Prasetian, and Mohammad Ichsan Hakiki. 2023. "Transformasi Digital Dalam Industri Halal Di Indonesia (Studi Implementasi Teknologi Blockchain Dalam Proses Sertifikasi Halal)." *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business* 3 (2): 360–70. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v3i2.240>.
- Donna, Duddy Roesmara, Nanung Danar Dono, and Mohammad Iqbal Ahnaf. 2025. "Evaluasi Dampak Sertifikasi Halal Pada UMKM Produsen Makanan Dan Minuman Anggota Desa Preneur Model K45PAK." *Indonesia Journal of Halal* 8 (1): 25–38. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/ijh/article/view/25367>.
- Munir, Muh Misbahul, Arinda Roisatun Nisa, and Wafa khoirul. 2024. "Digitalisasi UMKM Di Era Industri 5.0 Melalui Sosialisasi QRIS, SI-APIK Dan Sertifikasi Halal Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Suru." *Al-Bayan: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam* 4 (1): 1–18.
- Setiawan, Rana. 2024. "BPJPH: 5,7 Juta Produk Sudah Bersertifikat Halal Per 20 Desember 2024."
- Sholichah, Laila Fitriyatus, and Rahayu Mardikaningsih. 2022. "Pengaruh Integrasi Konten Digital Terhadap Niat Sertifikasi Halal Wirausahawan Muslim Di Era Informasi Digital: Survei Pada Wirausahawan Muslim UMKM Karawang." *Tjybyjb.Ac.Cn* 27 (2): 58–66. <http://117.74.115.107/index.php/jemasi/article/view/537>.
- Sudoyo, Wahyu. 2024. "Kominfo Targetkan 30 Juta UMKM Adopsi Teknologi Digital Pada 2024."
- Sumule, Joshua Gunawan Anugra, Serli Sihalohe, Ika S Pangaribuan, Oman Fathurohman, and Nina Salamah. 2025. "The Development of the Halal Industry around the World Is Increasingly Showing a Positive Trend, Especially along with the Increasing Public Awareness of the Importance of Products That Comply with Sharia Principles (Maulizah, 2024). This Is Not Only," 610–19.
- Warto, Warto, and Samsuri Samsuri. 2020. "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia." *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2 (1): 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>.