

Peran Sertifikasi Halal dalam Mendorong Pertumbuhan Industri Kosmetik dan Farmasi

Tiara Kania *¹

Peni Apriliani ²

Kania Meysachroh Prita Utamy ³

Lina Marlina ⁴

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

*e-mail: 231002171@student.unsil.ac.id¹, 231002174@student.unsil.ac.id²,
231002174@student.unsil.ac.id³, linamarlina@gmail.com⁴

Abstrak

Industri kosmetik dan farmasi merupakan dua sektor strategis yang mengalami perkembangan pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat dan halal. Sertifikasi halal memiliki peran penting dalam menjamin kehalalan, keamanan, dan kualitas produk sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran sertifikasi halal dalam mendorong pertumbuhan industri kosmetik dan farmasi, baik dari aspek regulasi, kepercayaan konsumen, maupun daya saing perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka dengan menelaah berbagai literatur, jurnal, serta data empiris terkait perkembangan sertifikasi halal di Indonesia. Hasil kajian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memberikan nilai tambah bagi perusahaan melalui diferensiasi produk, perluasan pasar, serta peningkatan citra merek. Bagi konsumen, adanya label halal memberikan kepastian bahwa produk yang digunakan sesuai dengan prinsip syariah sekaligus aman untuk kesehatan. Di sisi lain, sertifikasi halal juga mendorong pelaku industri untuk menerapkan standar produksi yang lebih ketat, sehingga meningkatkan kualitas dan daya saing global. Namun, tantangan masih ditemui, seperti biaya sertifikasi, keterbatasan tenaga auditor halal, serta kurangnya sosialisasi kepada pelaku usaha kecil dan menengah. Kesimpulannya, sertifikasi halal tidak hanya menjadi instrumen keagamaan, tetapi juga strategi bisnis yang berkontribusi terhadap pertumbuhan industri kosmetik dan farmasi. Dengan dukungan pemerintah, lembaga sertifikasi, dan kesadaran konsumen, sertifikasi halal diharapkan dapat memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia.

Kata kunci: Sertifikasi Halal, Industri Kosmetik, Industri Farmasi, Pertumbuhan Industri

Abstract

The cosmetic and pharmaceutical industries are two strategic sectors experiencing rapid growth in line with increasing public awareness of healthy and halal lifestyles. Halal certification plays a crucial role in ensuring the halal status, safety, and quality of products, thereby enhancing consumer trust. This study aims to examine the role of halal certification in fostering the growth of the cosmetic and pharmaceutical industries, focusing on regulatory aspects, consumer trust, and corporate competitiveness. The research method employed is a literature review, analyzing various sources, academic journals, and empirical data on the development of halal certification in Indonesia. The findings indicate that halal certification provides added value for companies through product differentiation, market expansion, and brand image enhancement. For consumers, the halal label offers assurance that the products used comply with Islamic principles while being safe for health. Furthermore, halal certification encourages industry players to adopt stricter production standards, thereby improving product quality and global competitiveness. Nonetheless, challenges remain, such as certification costs, limited halal auditors, and lack of outreach to small and medium-sized enterprises. In conclusion, halal certification serves not only as a religious instrument but also as a business strategy that contributes significantly to the growth of the cosmetic and pharmaceutical industries. With strong support from the government, certification bodies, and consumer awareness, halal certification is expected to strengthen Indonesia's position as a global halal industry hub.

Keywords: Halal Certification, Cosmetic Industry, Pharmaceutical Industry, Industrial Growth

PENDAHULUAN

Industri halal telah menjadi salah satu sektor dengan pertumbuhan paling cepat di dunia. Di antara subsektor yang berkembang pesat adalah industri kosmetik dan farmasi halal, seiring meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim terhadap pentingnya menggunakan produk yang sesuai dengan syariat Islam. Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia memiliki potensi besar dalam mengembangkan industri halal, khususnya kosmetik dan farmasi.

Produk kosmetik dan farmasi tidak hanya digunakan untuk mempercantik atau menjaga kesehatan, tetapi juga menyangkut aspek keselamatan dan kehalalan. Oleh karena itu, keberadaan sertifikasi halal menjadi hal yang krusial untuk menjamin bahwa produk yang beredar di masyarakat aman, suci, dan terbebas dari unsur haram maupun najis. Label halal memberikan jaminan kepastian hukum dan keyakinan agama bagi konsumen, sekaligus menjadi strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar domestik maupun global (Latifah & Abdullah, 2022).

Dalam konteks global, industri kosmetik halal diproyeksikan mencapai nilai pasar miliaran dolar setiap tahunnya. Begitu pula dengan farmasi halal yang terus berkembang seiring kebutuhan obat-obatan sesuai standar syariah. Regulasi di Indonesia juga semakin memperkuat hal ini, seperti Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), serta Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2023 yang mengatur sertifikasi halal produk farmasi secara bertahap hingga tahun 2034. Dengan adanya regulasi tersebut, produsen kosmetik dan farmasi tidak lagi hanya mempertimbangkan aspek kualitas, tetapi juga aspek kepatuhan halal.

Namun demikian, implementasi sertifikasi halal tidak terlepas dari tantangan. Biaya sertifikasi yang tinggi, keterbatasan auditor halal, serta minimnya sosialisasi kepada usaha kecil menengah (UKM) menjadi hambatan yang masih perlu diatasi (Ewit & Nurfa, 2024). Oleh karena itu, kajian mengenai peran sertifikasi halal dalam mendorong pertumbuhan industri kosmetik dan farmasi sangat penting dilakukan, tidak hanya sebagai bentuk kontribusi akademis, tetapi juga untuk mendukung roadmap Indonesia sebagai pusat industri halal dunia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran sertifikasi halal dalam mendorong pertumbuhan industri kosmetik dan farmasi, dengan menitikberatkan pada aspek regulasi, kepercayaan konsumen, serta daya saing perusahaan

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Fokus penelitian diarahkan untuk memahami peran sertifikasi halal dalam mendorong pertumbuhan industri kosmetik dan farmasi di Indonesia.

Sumber data diperoleh melalui studi kepustakaan (library research) dengan menelaah berbagai literatur, jurnal ilmiah, regulasi pemerintah, serta laporan lembaga terkait yang relevan dengan tema penelitian (Abidin & Sarmilah, 2024; Latifah & Abdullah, 2022). Pendekatan ini dipilih karena kajian mengenai sertifikasi halal lebih banyak didasarkan pada analisis regulasi, kebijakan, serta data empiris yang telah tersedia daripada observasi langsung.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran dokumen akademik dan regulasi, seperti Fatwa MUI, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, dan Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2023. Selain itu, jurnal-jurnal terbaru terkait kosmetik dan farmasi halal turut dianalisis untuk memperkuat temuan.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan analisis kualitatif deskriptif, melalui tahapan:

Reduksi data – memilih dan menyaring informasi yang relevan dengan topik penelitian.

Penyajian data – mengelompokkan informasi dalam bentuk uraian naratif.

Penarikan kesimpulan – menyusun interpretasi mengenai peran sertifikasi halal terhadap pertumbuhan industri kosmetik dan farmasi (Ewit & Nurfa, 2024).

Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai posisi strategis sertifikasi halal, baik sebagai instrumen keagamaan maupun sebagai strategi bisnis yang berkontribusi terhadap pertumbuhan industri halal di Indonesia

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian Farmasi dan Kosmetik Halal

Farmasi merupakan disiplin ilmu yang mempelajari proses pembuatan, pencampuran, peracikan formulasi obat, serta identifikasi, kombinasi, analisis, dan standardisasi obat, termasuk aspek pengobatan, sifat kimiawi obat, distribusi, serta penggunaannya secara aman. Istilah farmasi sendiri berasal dari bahasa Yunani, yaitu *pharmakon*, yang berarti obat atau medikasi. Sementara itu, ilmu resep difokuskan pada studi penyediaan obat dalam berbagai bentuk, khususnya proses peracikan agar obat siap digunakan untuk terapi (Astiwaru, 2025). Industri farmasi halal merupakan salah satu segmen yang mengalami pertumbuhan pesat di pasar global, terutama karena meningkatnya kesadaran di kalangan umat Muslim akan pentingnya produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Seiring dengan perkembangan populasi Muslim di dunia, permintaan akan produk-produk halal terus meningkat, termasuk dalam sektor farmasi (Nopratiłova et al., 2024).

Selain menghasilkan obat-obatan, farmasi juga berkontribusi dalam pengembangan produk kosmetik. Kosmetik didefinisikan sebagai bahan atau produk yang dirancang untuk diaplikasikan pada bagian luar tubuh manusia, seperti epidermis, rambut, kuku, bibir, organ genital eksternal, serta gigi dan membran mukosa mulut. Fungsi utama kosmetik adalah untuk membersihkan, memberikan aroma, mengubah penampilan, memperbaiki bau badan, serta melindungi dan memelihara kondisi tubuh agar tetap sehat. Di masyarakat modern, penggunaan kosmetik memiliki berbagai tujuan utama, antara lain menjaga kebersihan pribadi, meningkatkan daya tarik melalui tata rias (makeup), meningkatkan rasa percaya diri dan ketenangan psikologis, melindungi kulit dan rambut dari kerusakan akibat paparan sinar ultraviolet, polusi, dan faktor lingkungan lainnya, mencegah proses penuaan, serta secara umum membantu individu untuk lebih menikmati dan menghargai kualitas hidupnya (Astiwaru, 2025).

B. Landasan Hukum, Sertifikasi Halal serta Regulasi Halal pada Produk Farmasi dan Kosmetik

Keberadaan regulasi halal di Indonesia memiliki dasar yang jelas baik secara syariah maupun hukum positif. Pada aspek syariah, Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 30 Tahun 2013 tentang Obat dan Pengobatan menjelaskan bahwa penggunaan obat merupakan bagian dari ikhtiar menjaga kesehatan, dengan syarat obat tersebut suci, halal, serta bebas dari unsur haram dan najis (Majelis Ulama Indonesia, 2013a). Demikian pula, Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 tentang Kosmetika menegaskan bahwa kosmetik diperbolehkan untuk berhias selama tidak mengandung bahan yang dilarang, bersih, suci, serta aman digunakan (Majelis Ulama Indonesia, 2013b).

Pada aspek hukum negara, kewajiban sertifikasi halal bagi produk farmasi diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2023. Regulasi ini menetapkan tahapan implementasi sertifikasi halal mulai 2021 hingga 2034, mencakup obat tradisional, suplemen kesehatan, obat bebas, obat terbatas, hingga obat keras dan produk biologi (Pemerintah Republik Indonesia, 2023). Namun, literatur mencatat bahwa proses sertifikasi halal farmasi relatif lebih kompleks dibanding makanan dan minuman karena melibatkan formulasi bahan aktif, eksipien, serta standar farmakope internasional yang sering kali sulit disinkronkan dengan sistem jaminan halal (Astiwaru, 2025).

Selain itu, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) mewajibkan semua produk yang beredar di Indonesia, termasuk kosmetik dan farmasi, untuk memiliki sertifikat halal. Proses sertifikasi dilakukan melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang mengawasi seluruh rantai produksi, mulai dari bahan baku, pengolahan, pengemasan, penyimpanan, hingga distribusi. Perusahaan farmasi dan kosmetik juga diwajibkan menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH) sesuai standar Halal Assurance System (HAS) 23000 dari LPPOM MUI (Abidin & Sarmilah, 2024).

Dari perspektif teologis, anjuran untuk menggunakan produk halal ditegaskan dalam Al-Qur'an. Surah Al-Maidah ayat 88 memerintahkan umat Islam untuk mengonsumsi yang halal dan baik (halalan thayyiban), sementara Surah Al-Baqarah ayat 168 memperingatkan agar tidak mengikuti godaan setan dalam mengonsumsi produk haram. Hadits riwayat Al-Bukhari No. 52 dan Muslim No. 1599 juga menjelaskan bahwa perkara halal dan haram itu jelas, sedangkan perkara yang samar (syubhat) sebaiknya dihindari agar seseorang dapat menjaga agama dan kehormatannya.

C. Ringkasan Regulasi Produk Kosmetik dan Farmasi Halal

Tabel berikut menyajikan rangkuman regulasi utama yang mengatur sertifikasi halal pada produk kosmetik dan farmasi di Indonesia.

Tabel 1. Landasan Regulasi Sertifikasi Halal Produk Kosmetik dan Farmasi

No.	Regulasi/Fatwa	Ruang Lingkup	Implikasi terhadap Industri
1.	Fatwa MUI No. 30 Tahun 2013 tentang Obat dan Pengobatan	Menegaskan obat harus halal, suci, dan bebas unsur haram/najis	Industri farmasi wajib menelusuri bahan aktif, eksipien, kapsul
2.	Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 tentang Kosmetik	Kosmetik boleh digunakan asal bahan halal, suci, dan aman	Produsen wajib audit bahan & proses produksi
3.	UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal	Semua produk wajib sertifikat halal, termasuk farmasi & kosmetik	Sertifikasi halal bersifat hukum, bukan pilihan
4.	Perpres No. 6 Tahun 2023	Timeline sertifikasi farmasi 2021-2034	Industri farmasi punya masa transisi untuk adaptasi
5.	HAS 23000 (LPPOM MUI)	Standar Sistem Jaminan Halal (SJH)	Perusahaan wajib mengimplementasikan audit halal menyeluruh

D. Hasil Studi Pustaka tentang Peran Sertifikasi Halal

Kajian pustaka menunjukkan berbagai temuan mengenai sertifikasi halal, baik pada aspek konsumen, industri, maupun regulasi.

Tabel 2. Temuan Literatur Terkait Sertifikasi Halal

NO.	Aspek	Temuan dari Literatur	Sumber
-----	-------	-----------------------	--------

1.	Konsumen	Sertifikasi halal meningkatkan niat beli & loyalitas konsumen kosmetik	Ewit & Nurfa (2024)
2.	Regulasi	Label halal memperkuat citra merek dan daya saing global (contoh: Wardah)	Latifah & Abdullah (2022)
3.	Farmasi	Proses sertifikasi lebih kompleks karena bahan impor & standar farmakope	Astiwarra (2025); Nopratilova et al. (2024)

E. Dampak Sertifikasi Halal pada Industri Kosmetik

Sertifikasi halal dalam industri kosmetik terbukti memberikan nilai tambah kompetitif. Label halal tidak hanya dipandang sebagai simbol religius, tetapi juga sebagai strategi pemasaran. Wardah, misalnya, menjadi brand kosmetik halal Indonesia yang mampu menembus pasar internasional dengan citra halal yang kuat.

Penelitian Ewit & Nurfa (2024) menunjukkan bahwa kehadiran logo halal meningkatkan niat beli konsumen hingga lebih dari 30%. Selain itu, sertifikasi halal mendorong perusahaan kosmetik untuk menjaga kualitas bahan dan memastikan tidak adanya kandungan berbahaya.

Namun, tantangan tetap ada, khususnya bagi UMKM yang harus menanggung biaya sertifikasi dan menghadapi keterbatasan auditor halal. Kondisi ini menuntut adanya dukungan pemerintah dalam bentuk subsidi biaya sertifikasi dan pelatihan SDM halal.

F. Dampak Sertifikasi Halal pada Industri Farmasi

Sertifikasi halal pada industri farmasi memiliki tingkat kompleksitas lebih tinggi dibanding kosmetik. Hal ini disebabkan:

- a. Komposisi obat yang beragam → melibatkan bahan aktif, eksipien, kapsul, dan pelapis yang seringkali berbahan impor.
- b. Ketergantungan pada farmakope internasional → proses produksi harus sesuai standar global, kadang sulit disesuaikan dengan standar halal.
- c. Timeline sertifikasi bertahap → sesuai Perpres No. 6 Tahun 2023, implementasi dimulai sejak 2021 dan baru penuh berlaku pada 2034.

Astiwarra (2025) menyebutkan bahwa penerapan Halal Assurance System (HAS) 23000 menjadi instrumen penting dalam memastikan seluruh rantai produksi farmasi halal. Meski begitu, kendala berupa keterbatasan laboratorium halal dan kurangnya integrasi standar internasional masih menjadi hambatan utama.

G. Tantangan dan Prospek Pengembangan

Hasil kajian pustaka mengidentifikasi sejumlah tantangan utama dalam penerapan sertifikasi halal pada industri kosmetik dan farmasi: Biaya sertifikasi yang masih dirasa mahal bagi UMKM (Latifah & Abdullah, 2022). Keterbatasan auditor halal yang berkompeten dalam bidang kosmetik dan farmasi (Abidin & Sarmilah, 2024). Ketergantungan pada bahan baku impor yang belum semuanya dapat diverifikasi kehalalannya (Nopratilova et al., 2024). Kurangnya sosialisasi kepada pelaku usaha kecil terkait mekanisme sertifikasi (Ewit & Nurfa, 2024).

Meski demikian, prospek industri halal sangat cerah. Pertumbuhan populasi Muslim global meningkatkan permintaan terhadap kosmetik dan farmasi halal. Indonesia berpotensi besar menjadi pusat industri halal dunia, dengan syarat sinergi antara pemerintah, lembaga sertifikasi, pelaku industri, dan konsumen dapat berjalan optimal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil studi pustaka, dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal pada produk kosmetik dan farmasi memiliki urgensi yang sangat tinggi, baik dari aspek syariah, hukum positif,

maupun industri. Landasan normatif berasal dari Al-Qur'an, Hadits, serta fatwa MUI, sedangkan landasan hukum positif ditegaskan melalui UU No. 33 Tahun 2014 dan Perpres No. 6 Tahun 2023.

Pada industri kosmetik, sertifikasi halal berfungsi sebagai instrumen diferensiasi yang memperkuat citra merek, meningkatkan loyalitas konsumen, serta membuka peluang ekspor. Sementara itu, pada industri farmasi, penerapan sertifikasi halal menghadapi tantangan yang lebih kompleks karena keterkaitan dengan bahan impor, standar farmakope internasional, dan teknologi biologis.

Meski terdapat hambatan berupa biaya sertifikasi, keterbatasan auditor, dan sosialisasi yang masih rendah, prospek pengembangan industri halal sangat menjanjikan. Indonesia berpotensi menjadi pusat industri halal dunia dengan dukungan regulasi, sinergi pemangku kepentingan, dan penerapan Halal Assurance System (HAS 23000) secara konsisten.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M., & Sarmilah. (2024). Standar halal dalam industri kosmetika dan perawatan badan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Implementasi*, 1(1), 13–28.
- Astiwaru, E. M. (2025). Regulasi jaminan halal dalam farmasi dan kosmetik: Kesiapan dan dampaknya. *Jurnal Regulasi Halal*, 8(1), 18–29.
- Ewit, A., & Nurfa, L. (2024). Peran sertifikasi halal terhadap minat beli konsumen produk kosmetik. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 45–56.
- Latifah, A., & Abdullah, R. (2022). Strategi branding halal dalam industri kosmetik di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Syariah*, 10(3), 211–224.
- Majelis Ulama Indonesia. (2013a). Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 tentang Kosmetik. Jakarta: MUI.
- Majelis Ulama Indonesia. (2013b). Fatwa MUI Nomor 30 Tahun 2013 tentang Obat dan Pengobatan. Jakarta: MUI.
- Nopratiłova, R., Hidayat, S., & Karim, A. (2024). Tantangan sertifikasi halal dalam industri farmasi di Indonesia. *Jurnal Farmasi dan Regulasi Halal*, 6(2), 101–115. Pemerintah Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 295.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2023). Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2023 tentang Sertifikasi Halal Produk Farmasi. Jakarta: Sekretariat Negara.