

## **Efektivitas Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen**

Sukardi<sup>1</sup>, Rusnathul Amiah<sup>2</sup>, Andi Elviani<sup>3</sup>, Desy Rahmawati Anwar<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Buana

### **Abstrak**

Kepercayaan konsumen terhadap produk halal merupakan elemen penting dalam mendukung pertumbuhan industri halal global. Sertifikasi halal diakui sebagai alat utama untuk memastikan kepatuhan produk terhadap standar syariah dan meningkatkan keyakinan konsumen. Studi ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas sertifikasi halal dalam membangun kepercayaan konsumen, dengan pendekatan teori hijau (green theory) sebagai kerangka konseptual. Penelitian ini menggabungkan data primer dan sekunder, menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif untuk menggambarkan hubungan antara sertifikasi halal dan kepercayaan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen melalui faktor transparansi, keberlanjutan, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah.

**Kata Kunci:** Sertifikasi halal, kepercayaan konsume, industri halal

*Abstrac*

*Consumer trust in halal products is a crucial element in supporting the growth of the global halal industry. Halal certification is recognized as a key tool for ensuring product compliance with Shariah standards and enhancing consumer confidence. This study aims to analyze the effectiveness of halal certification in building consumer trust, employing green theory as a conceptual framework. The research integrates primary and secondary data, using quantitative and qualitative methods to illustrate the relationship between halal certification and consumer trust. The findings reveal that halal certification significantly contributes to enhancing consumer trust through factors of transparency, sustainability, and compliance with Shariah principles.*

*Keywords: Halal certification, consumer trust, halal industry,*

Copyright (c) 2024 Sukardi

Email Address : [sukardiscoutbone77@gmail.com](mailto:sukardiscoutbone77@gmail.com)

---

## **PENDAHULUAN**

Industri halal global telah menjadi salah satu sektor ekonomi dengan pertumbuhan tercepat, dengan nilai pasar mencapai USD 2,8 triliun pada tahun 2022 (DinarStandard, 2023). Sektor ini mencakup berbagai industri, termasuk makanan, kosmetik, farmasi, dan pariwisata, yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam permintaan konsumen, terutama di kalangan populasi Muslim yang terus bertambah. Di tengah perkembangan ini, sertifikasi halal memainkan peran sentral dalam memastikan kepatuhan produk terhadap prinsip-prinsip syariah sekaligus membangun kepercayaan konsumen (Ali et al., 2021). Permintaan akan produk halal yang bersertifikat meningkat seiring dengan kekhawatiran konsumen terhadap keaslian produk yang mereka konsumsi. Studi terbaru menunjukkan bahwa 70%

konsumen Muslim secara global lebih memilih produk bersertifikat halal karena dianggap lebih aman, terpercaya, dan sesuai dengan nilai-nilai keberlanjutan (Thomson Reuters, 2023). Namun, meskipun permintaan meningkat, kasus pelanggaran standar halal seperti insiden pelabelan halal palsu yang terjadi di Malaysia pada tahun 2023 telah memicu kekhawatiran publik dan menurunkan kepercayaan terhadap sistem sertifikasi halal (Rahman & Aziz, 2023). Fenomena ini menunjukkan pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam sistem sertifikasi halal untuk memastikan kepercayaan konsumen.

Dalam perspektif akademis, sertifikasi halal tidak hanya dianggap sebagai alat pengawasan agama tetapi juga sebagai indikator kualitas dan keberlanjutan. Pendekatan ini relevan dalam konteks konsumen modern yang semakin peduli terhadap aspek etika, lingkungan, dan sosial dari produk yang mereka gunakan (Zailani et al., 2022). Dalam hal ini, teori hijau (*green theory*) menawarkan kerangka konseptual yang berfokus pada integrasi nilai-nilai keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan dalam ekonomi halal. Dengan mengadopsi prinsip-prinsip teori hijau, sertifikasi halal dapat dipandang sebagai alat yang tidak hanya memastikan kepatuhan agama tetapi juga mendukung praktik ekonomi yang lebih etis dan berkelanjutan. Studi ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara sertifikasi halal dan kepercayaan konsumen, khususnya bagaimana integrasi prinsip-prinsip keberlanjutan dapat memperkuat fungsi sertifikasi halal. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi praktis bagi perusahaan dalam mengelola sertifikasi halal untuk memenuhi kebutuhan konsumen modern yang semakin kompleks.

Adapun penelitian ini berkontribusi pada literatur dengan tiga cara utama: Mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk bersertifikat halal. Mengkaji relevansi teori hijau dalam konteks sertifikasi halal dan ekonomi syariah. Memberikan panduan bagi lembaga sertifikasi dan produsen dalam meningkatkan efektivitas sertifikasi halal melalui pendekatan berbasis keberlanjutan. Dengan mengintegrasikan pendekatan teoretis dan empiris, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru yang relevan untuk mengembangkan industri halal yang lebih berkelanjutan dan terpercaya.

#### Industri Halal

Teori hijau (*green theory*) berfokus pada pengintegrasian nilai-nilai keberlanjutan, tanggung jawab sosial, dan etika dalam aktivitas ekonomi. Teori ini mengusulkan bahwa aktivitas ekonomi harus memperhatikan dampak jangka panjang terhadap lingkungan, masyarakat, dan kesejahteraan manusia secara keseluruhan (Dryzek, 2022). Dalam konteks industri halal, teori hijau menawarkan kerangka kerja konseptual untuk mengevaluasi bagaimana sertifikasi halal dapat berkontribusi pada praktik produksi dan konsumsi yang berkelanjutan. Penerapan *green theory* dalam sertifikasi halal mencakup tiga dimensi utama: **Keberlanjutan Lingkungan:** Proses sertifikasi halal dapat mencakup audit terhadap penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan, pengelolaan limbah, dan efisiensi energi. Hal ini sejalan dengan kebutuhan konsumen modern yang semakin peduli terhadap jejak ekologis produk (Zailani et al., 2022). **Tanggung Jawab Sosial:** Produk halal tidak hanya memenuhi persyaratan syariah tetapi juga mencerminkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), seperti memastikan kesejahteraan pekerja dan keterlibatan komunitas lokal dalam rantai pasokan (Ali et al., 2021). **Kepercayaan dan Transparansi:** Sertifikasi halal yang memadukan prinsip keberlanjutan dapat meningkatkan transparansi, yang menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen (Rahman & Aziz, 2023). Melalui lensa *green theory*, sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai alat kepatuhan agama tetapi juga sebagai mekanisme untuk menciptakan nilai tambah bagi konsumen dan masyarakat.

#### Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen adalah faktor kunci dalam keputusan pembelian produk halal. Sertifikasi halal bertindak sebagai penjamin bahwa produk tersebut memenuhi standar syariah sekaligus memberikan jaminan kualitas dan keamanan (Ali et al., 2021). Studi

sebelumnya menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung memilih produk dengan label halal yang dikeluarkan oleh lembaga sertifikasi terpercaya (Thomson Reuters, 2023).

Kepercayaan konsumen terhadap sertifikasi halal didasarkan pada tiga faktor utama: **Otentikasi**: Konsumen menganggap sertifikasi halal sebagai jaminan bahwa produk telah melalui proses yang sesuai dengan prinsip syariah. Keaslian ini menjadi landasan utama dalam membangun loyalitas konsumen (DinarStandard, 2023). **Transparansi**: Kepercayaan meningkat ketika informasi mengenai proses sertifikasi, sumber bahan baku, dan metode produksi mudah diakses oleh konsumen (Rahman & Aziz, 2023). **Konsistensi Standar**: Lembaga sertifikasi yang memiliki reputasi baik dan mematuhi standar internasional lebih dihargai oleh konsumen, terutama di pasar global (Zailani et al., 2022). Integrasi teori hijau ke dalam sistem sertifikasi halal dapat memperkuat ketiga faktor ini, memberikan dimensi tambahan berupa keberlanjutan dan tanggung jawab sosial yang relevan dengan tuntutan konsumen modern.

#### Sertifikasi Halal

Teori hijau menekankan pentingnya kolaborasi antara produsen, regulator, dan konsumen untuk menciptakan ekosistem yang mendukung keberlanjutan (Dryzek, 2022). Dalam konteks sertifikasi halal, pendekatan ini dapat diterapkan melalui: **Inovasi Berkelanjutan**: Pengembangan metode produksi yang ramah lingkungan, seperti pengurangan limbah dan penggunaan bahan baku yang berkelanjutan. **Edukasi Konsumen**: Meningkatkan kesadaran konsumen tentang pentingnya sertifikasi halal tidak hanya dari aspek religius tetapi juga dari perspektif keberlanjutan. **Standar Global**: Meningkatkan harmonisasi standar sertifikasi halal internasional untuk memastikan konsistensi dan kepercayaan konsumen di berbagai wilayah. Dengan mengadopsi teori hijau, sertifikasi halal dapat menjadi instrumen strategis untuk memperluas kepercayaan konsumen sekaligus mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan.

#### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed-methods* dengan: **Survei** terhadap 500 responden konsumen Muslim di Asia Tenggara, Eropa, dan Timur Tengah untuk mengukur tingkat kepercayaan terhadap produk bersertifikat halal. **Analisis konten** terhadap dokumen sertifikasi halal dan laporan keberlanjutan perusahaan. **Wawancara mendalam** dengan pakar industri halal untuk mendapatkan wawasan tentang tantangan dan peluang dalam implementasi sertifikasi halal.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 1. Efektivitas Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen

Penelitian ini mengungkapkan bahwa sertifikasi halal memiliki peran signifikan dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk di pasar, terutama dalam konteks yang heterogen dan global. Sebanyak 85% responden menyatakan bahwa kehadiran sertifikasi halal membuat mereka lebih percaya pada produk yang mereka konsumsi. Temuan ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya menjadi alat kepatuhan terhadap prinsip syariah, tetapi juga menciptakan nilai tambah yang kuat melalui berbagai dimensi kepercayaan konsumen. Penjelasan detail untuk setiap dimensi disajikan sebagai berikut:

###### a. *Persepsi terhadap Keamanan Produk*

Sertifikasi halal dianggap memberikan jaminan bahwa produk yang dikonsumsi tidak hanya sesuai dengan prinsip syariah tetapi juga memenuhi standar keamanan dan higienitas. Dalam penelitian ini, konsumen menyatakan bahwa label halal memberikan kepastian bahwa produk telah melalui proses yang terjamin keamanannya, mulai dari bahan baku hingga distribusi.

Hal ini sangat penting, terutama bagi konsumen yang hidup di negara-negara non-Muslim atau di kawasan dengan regulasi yang longgar terhadap produk makanan dan minuman. Misalnya, proses sertifikasi memastikan bahwa tidak ada bahan haram, seperti alkohol atau daging babi, yang tercampur dalam produk. Selain itu, audit dan pengawasan

yang dilakukan oleh lembaga sertifikasi mencakup aspek kebersihan selama proses produksi, sehingga memberikan tambahan rasa aman bagi konsumen (Rahman & Aziz, 2023).

Keamanan produk menjadi perhatian utama karena konsumen tidak hanya menginginkan kepatuhan terhadap aturan agama, tetapi juga perlindungan terhadap kesehatan mereka. Dengan demikian, persepsi bahwa produk bersertifikat halal lebih aman dibandingkan dengan produk tanpa sertifikasi menjadi alasan utama kepercayaan konsumen meningkat.

#### **b. Kepercayaan terhadap Lembaga Sertifikasi**

Keberadaan lembaga sertifikasi halal yang memiliki reputasi internasional, seperti JAKIM (Malaysia), MUI (Indonesia), dan ESMA (Emirates Authority for Standardization and Metrology), menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Lembaga-lembaga ini dikenal dengan prosedur yang ketat, mulai dari pengujian bahan baku, inspeksi fasilitas produksi, hingga audit rantai pasok.

Standar sertifikasi yang diterapkan oleh lembaga-lembaga tersebut dianggap lebih kredibel karena mereka mematuhi pedoman global yang diakui oleh komunitas internasional. Sebagai contoh, JAKIM menerapkan standar MS1500:2009 yang mencakup seluruh rantai produksi, mulai dari penyembelihan hewan hingga pengemasan akhir produk. Standar ini diakui di lebih dari 40 negara, sehingga produk yang disertifikasi oleh JAKIM dianggap terpercaya oleh konsumen global (DinarStandard, 2023).

Kepercayaan ini diperkuat oleh transparansi dalam proses sertifikasi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga tersebut. Konsumen mengetahui bahwa produk yang mereka beli telah melewati berbagai tahapan pengujian yang ketat, sehingga tidak ada ruang untuk manipulasi atau pelanggaran. Hal ini membedakan produk bersertifikat halal dari produk lain di pasar, terutama di negara-negara dengan pengawasan regulasi yang lemah.

#### **c. Peningkatan Loyalitas Konsumen**

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa sertifikasi halal memainkan peran penting dalam membangun loyalitas konsumen. Lebih dari 70% responden menyatakan bahwa mereka lebih cenderung membeli produk bersertifikat halal dibandingkan dengan produk tanpa sertifikasi. Loyalitas ini didasarkan pada keyakinan konsumen bahwa produk halal tidak hanya memenuhi standar religius tetapi juga memberikan nilai tambah lainnya, seperti keamanan, transparansi, dan keberlanjutan.

Loyalitas ini lebih terlihat pada generasi muda, seperti milenial dan Gen Z, yang lebih kritis terhadap produk yang mereka konsumsi. Generasi ini tidak hanya menginginkan produk yang sesuai dengan keyakinan mereka tetapi juga mendukung nilai-nilai keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, kehadiran sertifikasi halal memberikan alasan yang kuat bagi mereka untuk tetap setia pada merek atau produsen tertentu. Selain itu, loyalitas konsumen juga diperkuat oleh pengalaman positif yang konsisten saat menggunakan produk bersertifikat halal. Dalam beberapa kasus, konsumen bahkan bersedia membayar harga lebih tinggi untuk produk yang memiliki label halal karena mereka percaya bahwa kualitas produk tersebut lebih baik dibandingkan dengan produk lain yang tidak bersertifikasi (Ali et al., 2021).

Kepercayaan yang dibangun melalui sertifikasi halal menjadi semakin relevan di pasar yang heterogen, seperti Asia Tenggara, Timur Tengah, dan Eropa. Di wilayah-wilayah ini, konsumen tidak hanya berasal dari latar belakang Muslim tetapi juga non-Muslim yang menghargai standar tinggi yang diterapkan oleh sistem sertifikasi halal. Hal ini memperluas pangsa pasar dan menciptakan peluang bagi produsen untuk menjangkau segmen konsumen yang lebih luas.

## **2. Dimensi Keberlanjutan dalam Sertifikasi Halal**

Keberlanjutan menjadi salah satu isu yang semakin mendapat perhatian konsumen global, termasuk dalam konteks sertifikasi halal. Penelitian ini mengungkapkan bahwa 60% responden mengaitkan label halal dengan praktik ramah lingkungan dan tanggung jawab sosial, yang secara tidak langsung memperluas definisi halal dari sekadar kepatuhan syariah

menjadi komitmen terhadap nilai-nilai keberlanjutan. Dalam pembahasan ini, dua aspek utama, yaitu **praktik produksi ramah lingkungan** dan **tanggung jawab sosial**, menjadi fokus karena kontribusinya yang signifikan terhadap persepsi konsumen terhadap produk halal.

#### **a. Praktik Produksi Ramah Lingkungan**

Produsen yang menerapkan praktik ramah lingkungan dalam proses produksinya mendapatkan apresiasi lebih dari konsumen. Label halal yang diasosiasikan dengan keberlanjutan memberikan nilai tambah bagi konsumen, terutama mereka yang juga peduli terhadap lingkungan. Berikut adalah elemen-elemen utama dari praktik produksi ramah lingkungan dalam konteks sertifikasi halal:

**Penggunaan Energi Terbarukan** : Produsen yang beralih ke energi terbarukan, seperti tenaga surya, angin, atau bioenergi, menunjukkan komitmen terhadap pengurangan emisi karbon. Hal ini tidak hanya mendukung agenda lingkungan global, tetapi juga meningkatkan citra produk halal sebagai produk yang berkelanjutan. Misalnya, beberapa produsen makanan halal di Uni Eropa telah mengadopsi sistem energi terbarukan untuk mendukung proses produksi, yang sekaligus memberikan insentif tambahan kepada konsumen untuk memilih produk mereka.

**Bahan Baku Organik** : Sertifikasi halal semakin banyak dikaitkan dengan penggunaan bahan baku organik. Konsumen percaya bahwa produk yang bersertifikat halal harus mencerminkan komitmen terhadap kemurnian, tidak hanya dalam aspek religius tetapi juga lingkungan. Contohnya, produsen daging halal yang memastikan hewan dipelihara dalam kondisi alami, dengan pakan organik dan bebas bahan kimia, mendapatkan kepercayaan yang lebih besar dari konsumen.

**Pengurangan Limbah** : Proses produksi yang meminimalkan limbah juga menjadi perhatian utama. Produsen yang menerapkan daur ulang atau teknologi pengelolaan limbah modern dianggap lebih bertanggung jawab. Misalnya, beberapa produsen kosmetik halal menggunakan bahan-bahan sisa dari pertanian organik untuk memproduksi produk mereka, yang tidak hanya mengurangi limbah tetapi juga mendukung pertanian lokal. Secara keseluruhan, praktik ramah lingkungan ini memperluas dimensi sertifikasi halal, di mana produk halal tidak hanya dianggap suci secara syariah tetapi juga bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masa depan planet.

#### **b. Tanggung Jawab Sosial**

Tanggung jawab sosial juga menjadi dimensi penting dalam sertifikasi halal. Konsumen semakin menghargai produsen yang menunjukkan komitmen terhadap pemberdayaan masyarakat dan dukungan terhadap ekonomi lokal. Sertifikasi halal yang memperhatikan aspek ini dipandang lebih kredibel dan memiliki nilai moral yang lebih tinggi.

**Pemberdayaan Komunitas Lokal** : Produsen yang bekerja sama dengan komunitas lokal untuk menghasilkan produk halal memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Sebagai contoh, perusahaan yang memberdayakan petani lokal untuk menyediakan bahan baku bersertifikat halal membantu meningkatkan ekonomi lokal sekaligus membangun kepercayaan konsumen terhadap produk mereka (Zailani et al., 2022).

**Menciptakan Lapangan Kerja** : Sertifikasi halal sering kali melibatkan proses-proses yang memerlukan tenaga kerja manusia, seperti audit lapangan, pemrosesan, dan pengemasan. Produsen yang memprioritaskan penggunaan tenaga kerja lokal dianggap lebih bertanggung jawab secara sosial, sehingga mendapatkan dukungan lebih besar dari konsumen.

**Komitmen pada Kesejahteraan Hewan** : Dalam konteks industri daging halal, konsumen menaruh perhatian pada praktik penyembelihan yang etis dan meminimalkan rasa sakit pada hewan. Sertifikasi halal yang memprioritaskan kesejahteraan hewan selama proses

produksi mendapatkan kepercayaan yang lebih besar dari konsumen, baik Muslim maupun non-Muslim.

**Kontribusi Filantropis** : Produsen yang menyisihkan sebagian pendapatan dari produk halal untuk kegiatan amal atau bantuan kemanusiaan juga dianggap lebih kredibel. Misalnya, perusahaan besar seperti Nestlé Halal menyediakan dana untuk mendukung program-program pengembangan komunitas di negara-negara berkembang, yang meningkatkan persepsi positif terhadap produk mereka

### 3. Implikasi Pasar Global

Dimensi keberlanjutan dalam sertifikasi halal menjadi nilai tambah yang signifikan di pasar global. Konsumen di negara-negara maju, seperti Eropa dan Amerika Utara, semakin peduli terhadap keberlanjutan dan lebih memilih produk yang menunjukkan komitmen terhadap lingkungan dan tanggung jawab sosial. Dengan demikian, produsen yang mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam sertifikasi halal tidak hanya memperluas pasar mereka tetapi juga meningkatkan daya saing di pasar global

## SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa konsumen semakin mengaitkan label halal dengan nilai-nilai keberlanjutan, seperti penggunaan energi terbarukan, pengurangan limbah, dan kontribusi terhadap pemberdayaan komunitas lokal. Oleh karena itu, sertifikasi halal dapat dianggap sebagai alat yang efektif dalam menciptakan pasar yang lebih transparan, etis, dan berkelanjutan. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya memberikan manfaat bagi konsumen Muslim, tetapi juga berpotensi untuk menarik konsumen global yang semakin peduli terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Hal ini menjadi kesempatan strategis bagi produsen yang ingin memperluas pasar mereka, dengan memperkenalkan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan religius tetapi juga selaras dengan tren global menuju keberlanjutan dan etika bisnis yang lebih baik. Dengan demikian, sertifikasi halal, bila diterapkan secara konsisten dan berkelanjutan, memiliki potensi untuk mengubah dinamika industri secara keseluruhan, menciptakan pasar yang lebih bertanggung jawab, dan menguatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal di seluruh dunia

## Referensi :

- Ali, F., Alshammari, M., & Khan, M. I. (2021). Halal certification as a key indicator of consumer trust in global markets. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 765-784. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0102>
- DinarStandard. (2023). *State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024*. Dubai Islamic Economy Development Centre.
- Dryzek, J. S. (2022). *The politics of the earth: Environmental discourses* (4th ed.). Oxford University Press.
- Global Islamic Economy Report 2023/2024.
- Mohd, Z. A., & Hassan, S. (2021). *Sustainability and Halal Compliance in the Food Industry*
- Rahman, N. A., & Aziz, N. A. (2023). The impact of halal fraud on consumer trust: Evidence from Malaysia. *Journal of Halal Studies*, 9(1), 25-40.
- Thomson Reuters. (2023). *Halal Market Trends Report 2023*. Thomson Reuters and Salaam Gateway.
- Zailani, S., Iranmanesh, M., & Nikbin, D. (2022). Sustainability practices in halal supply chains: A framework for integration. *International Journal of Production Economics*, 245, 108401. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2021.108401>