

IMPLIKASI SERTIFIKAT HALAL DALAM MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN

Firdaus

STAI Sangatta, Indonesia

Email : dausf6543@gmail.com

Article Info

Received	Accepted	Published
7 November	21 November	18 Desember

Keywords:

Halal Certificate
Business
Management
Food And Beverage
Industry

ABSTRACT

The food and beverage industry is one of the economic sectors that gives a big contribution to the Indonesian economy. Along with this increase in contribution, public awareness of the importance of halal food consuming and beverage products has also increased. The halal lifestyle is starting to become a global trend, and halal certification has the main role in fulfilling this trend. As a part from gaining consumer trust, it will also open up wider market opportunities. The method used in this research is library research carried out by collecting information and data through various sources available in the library. These sources can be in reference books' form, results of similar previous research, articles, notes, and some journals those are relevant to the problem you want to research. The research results show that the implications of halal certification in food and beverage industry business management are very influential in product marketing. Halal certification can be used as a Unique Selling Point (USP) for products that may create added value and a positive image for consumers. Apart from meeting halal demands, halal certification can also build consumer trust, especially among Muslim consumers who are very concerned about the halalness of the products consume. Apart from that, awareness of halal products in the global market is also increasing along with the increasing trend of halal lifestyles in universal society, so through halal certification, the food and beverage industry can be able to enter or access a larger market, especially countries that are members of the global market, especially countries that are members of the Organization of Islamic Cooperation (OIC).

ABSTRAK**Kata Kunci:**

Sertifikat Halal
Manajemen Bisnis
Industri Makanan
dan Minuman

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor ekonomi yang memberikan kontribusi besar bagi perekonomian Indonesia. Seiring dengan meningkatnya kontribusi tersebut kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi produk makanan dan minuman yang halal juga mengalami peningkatan. Gaya hidup halal mulai menjadi tren global, dan sertifikasi halal memiliki peran penting dalam memenuhi tren tersebut. Selain untuk memperoleh kepercayaan konsumen juga akan membuka peluang pasar yang lebih luas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi Pustaka (*library research*) yang dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dan data melalui berbagai macam sumber yang tersedia di perpustakaan. Sumber-sumber tersebut dapat berupa buku referensi, hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, artikel, catatan, dan berbagai jurnal yang relevan dengan masalah yang ingin diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implikasi sertifikasi halal dalam manajemen bisnis industri makanan dan minuman sangat berpengaruh dalam pemasaran produk. Sertifikasi halal dapat dijadikan sebagai *Unique Selling Point* (USP) pada produk yang dapat menciptakan nilai tambah, dan citra positif kepada konsumen. Selain memenuhi tuntutan kehalalan, sertifikasi halal juga dapat membangun kepercayaan konsumen, terutama di kalangan

konsumen Muslim yang sangat memperhatikan kehalalan produk yang mereka konsumsi. Selain itu, Kesadaran akan kehalalan produk di pasar global juga semakin meningkat seiring dengan meningkatnya tren gaya hidup halal masyarakat global, sehingga melalui sertifikasi halal memungkinkan para industri makanan dan minuman akan mampu memasuki atau mengakses pasar yang lebih luas, terutama negara-negara yang tergabung dalam Organisasi Kerja sama Islam (OKI).

Copyright and License:

Authors retain copyright and grant the journal right of first publication with the work simultaneously licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#) that allows others to share the work with an acknowledgment of the work's authorship and initial publication in this journal.



1. PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman adalah salah satu sektor ekonomi yang terus berkembang dan memiliki kontribusi yang besar bagi perekonomian Indonesia.¹ Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada kuartal II/2023, PDB industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 4,62% (yoY). Meskipun terjadi sedikit perlambatan pertumbuhan dibandingkan pada dengan kuartal sebelumnya yang mencapai 5,35% (yoY), sektor ini masih menjadi salah satu penggerak utama dalam industri pengolahan dengan kontribusi sebesar 34% terhadap PDB industri pengolahan pada kuartal II/2023.²

Seiring dengan meningkatnya kontribusi industri makanan dan minuman, kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi produk makanan dan minuman yang halal juga mengalami peningkatan.³ Gaya hidup yang mengedepankan halal dan thayibban mulai menjadi tren global. Sementara industri terus berkembang, kesadaran akan Kesehatan masyarakat juga meningkat. Kehalalan saat ini tidak hanya terkait dengan aspek budaya atau agama, melainkan telah menjadi bagian dari perluasan segmentasi pasar internasional.⁴

Tantangan tersendiri bagi para pelaku bisnis dalam industri makanan dan minuman halal adalah memastikan kepatuhan terhadap standar kehalalan produknya. Oleh karena itu, Isu sertifikasi halal menjadi semakin penting dalam industri ini. Pelaku bisnis dituntut untuk memberikan jaminan produk halal dalam memenuhi harapan konsumen yang semakin peduli terhadap aspek kehalalan.

Sertifikat Halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia.⁵ Sertifikasi halal memberikan pengesahan

¹ Fitria Faradila, “Tingginya Porsi Impor Bahan Baku Pada Industri Makanan Dan Minuman,” *Kompeten*, 2023, <http://pusbinjfdag.kemendag.go.id/artikel-emagz/tingginya-porsi-impor-bahan-baku-pada-industri-makanan-dan-minuman/>.

² Ridhwan Mustajab, “Industri Makanan Dan Minuman Tumbuh 4,62% Pada Kuartal II/2023,” *Data Indonesia.Id*, 2023, <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-462-pada-kuartal-ii2023>.

³ Pratiwi Subianto, “Rantai Nilai Dan Perspektif Kesadaran Masyarakat Muslim Akan Makanan Halal,” in *Conference on Islamic Management Accounting and Economics (CIMAE) Proceeding*, vol. 2, 2019, 145.

⁴ Purwowidhu, “Daftar Sertifikasi Halal Gratis, Begini Caranya,” *Mediakeuangan.Kemenkeu.Go.Id*, 2023, <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/daftar-sertifikasi-halal-gratis-begini-caranya>.

⁵ Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama RI, “Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2019 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014

bahwa produk makanan dan minuman yang diproduksi oleh pelaku bisnis telah mematuhi aturan dan standar yang telah ditetapkan di dalam undang-undang. Ini mencakup aspek-aspek seperti penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian Produk. Kehadiran sertifikasi halal memberikan jaminan kepada konsumen Muslim bahwa produk tersebut sesuai dengan standar kehalalan, serta memenuhi standar kualitas dan keamanan.

Kehalalan produk merupakan suatu kebutuhan dan keharusan bagi pelaku usaha muslim, termasuk dalam hal pangan, obat-obatan maupun barang-barang yang akan digunakan. Produk yang bersertifikat halal tidak hanya diminati oleh masyarakat muslim tetapi juga oleh masyarakat non-muslim, karena makanan yang bersertifikat halal sudah dipastikan sehat.⁶ Pentingnya sertifikasi halal tidak hanya sebatas pada kepatuhan agama dan regulasi, tetapi juga berdampak pada manajemen bisnis, khususnya industri makanan dan minuman.

Manajemen Bisnis Syariah merupakan konsep bagaimana mengatur, mengelola, dan melaksanakan kegiatan bisnis yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah,⁷ sehingga dalam mengerakkan atau menjalankan praktik bisnis mengikuti ketentuan-ketentuan syariah, yaitu dengan mengacu pada al-Qur'an dan hadis,⁸ dan tidak menggunakan cara-cara yang diharamkan Allah.⁹ Dalam pandangan Islam, aktivitas bisnis tidak hanya sekedar berorientasi mencari keuntungan (*profit oriented*) akan tetapi ada pedoman yang mendasarinya.¹⁰

Dalam menjalankan aktivitas bisnis, para pelaku usaha harus memaksimalkan penguatan manajemen, karena manajemen yang buruk akan dapat merugikan usaha tersebut. Sehingga sangat diperlukan aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan transaksi bisnis agar tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dan dieksplorasi baik pihak konsumen maupun produsen. Oleh karena itu, penerapan konsep manajemen bisnis halal menjadi sangat relevan untuk bisnis industri makanan dan minuman mengingat peran pentingnya dalam perekonomian dan kebutuhan akan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.¹¹

Bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah merupakan unit usaha yang menjalankan usahanya secara Islami. Tidak melakukan praktik-praktik yang dapat merugikan orang lain

Tentang Jaminan Produk Halal” (2019), https://jdih.kemenag.go.id/assets/uploads/regulation/4_2019-11-04_9797_pp_nomor_31_tahun_2019.pdf.

⁶ Mega Novita Syafitri, Rania Salsabila, and Fitri Nur Latifah, “Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam,” *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2022): 17, <https://doi.org/10.37812/aliquitshod.v10i1.305>.

⁷ Abdullah Ma'ruf M and Budi Rahmat Hakim, *Manajemen Bisnis Syariah, Manajemen Bisnis Syariah*, 1st ed. (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), 1–2, https://idr.uin-antasari.ac.id/5012/1/Manajemen_Bisnis_Syariah.pdf.

⁸ Yanti Nova Maleha, “Manajemen Bisnis Dalam Islam,” *Economica Sharia* 1, no. 2 (2016): 45, <https://doi.org/https://doi.org/10.36908/esha.v1i2.106>.

⁹ Suparjo Adi Suwarno, Supriyanto, and Ahmad Hendra Rofiuillah, *Manajemen Bisnis Syariah (Konsep Dan Aplikasinya Dalam Bisnis Syariah)*, 1st ed. (Indramayu: Penerbit Adab, 2021), 7, https://books.google.co.id/books?id=wI5BEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q=&f=false.

¹⁰ Heri Cahyo Bagus Setiawan, Beni Dwi Komara, and Aries Kurniawan, “Manajemen Bisnis Syariah Berbasis Kewirausahaan Di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo,” *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2020): 20–21.

¹¹ Bahri, “Kewirausahaan Islam : Penerapan Konsep Berwirausaha Dan Bertransaksi Syariah Dengan Metode Dimensi Vertikal (Hablumminallah) Dan Dimensi Horizontal (Hablumminannas) Islamic Entrepreneurship : Implementation of The Concept of Entrepreneurship And Shari,” *Moro, Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 1, no. 2 (2018): 69, <http://jurnal.unma.ac.id/index.php/Mr/index>.

serta tidak memproduksi makanan dan minuman yang diharamkan. Sehingga untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan oleh para pelaku bisnis sesuai dengan standar kehalalan, maka sepatutnya pelaku bisnis melakukan proses sertifikasi halal pada lembaga yang telah ditunjuk oleh pemerintah.

Melalui sertifikasi halal para pelaku bisnis akan mampu menjangkau pasar yang lebih luas, memperoleh kepercayaan konsumen, mendapatkan keuntungan kompetitif di pasar global, dan membuka peluang pasar yang lebih luas. Hal tersebut bukan mustahil untuk dicapai karena di era saat ini, banyak negara dengan populasi Muslim yang mewajibkan sertifikasi halal untuk produk yang masuk ke pasar mereka.

Sayangnya tren pasar halal yang semakin berkembang dan memiliki potensi yang sangat besar belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh pelaku bisnis. Undang-Undang Jaminan Produk Halal No. 33 Tahun 2014 telah memberikan kewajiban sertifikasi halal bagi seluruh produk yang masuk, diedarkan, dan diperdagangkan di Indonesia. Namun pada praktiknya, kewajiban sertifikasi halal belum sepenuhnya diterapkan oleh para pelaku bisnis. Meskipun seharusnya kewajiban sertifikasi halal dilaksanakan sepenuhnya pada tahun 2019, akan tetapi sampai hari ini masih banyak produk yang belum mendapatkan sertifikasi halal.¹² Hal tersebut tidak terlepas dari rendahnya kesadaran masyarakat dan masih menganggap halal hanya sebagai isu agama semata.¹³

Permasalahan lain yang timbul dikalangan pelaku bisnis adalah implikasi profit yang mereka dapatkan. Profit pelaku bisnis yang telah memiliki sertifikasi halal tidak berbeda secara signifikan jika dibandingkan dengan sebelum melakukan sertifikasi halal. Hal tersebut juga merupakan salah satu pemicu menurunnya minat pelaku bisnis dalam mengurus sertifikasi halal. Jika berkaca dari penelitian yang telah dilakukan oleh Bernadhetta Vivi Kristiana, dkk, hal tersebut disebabkan oleh kurangnya inovasi pelaku usaha dalam memperbaiki manajemen bisnisnya pasca terbitnya sertifikasi halal.¹⁴

Oleh karena itu, para pelaku bisnis seharusnya melakukan inovasi dalam memperbaiki manajemen bisnisnya, diantaranya perbaikan komitmen top management penerapan kebijakan halal, memastikan keberlanjutan pemenuhan bahan baku, membangun hubungan kerja dengan berbagai pihak, melakukan pelatihan kepada karyawan, melakukan pencatatan keuangan yang jelas, dan membangun struktur organisasi yang baik untuk semua pihak yang terlibat.¹⁵

Berbagai penelitian sebenarnya telah dilakukan oleh para peneliti. Diantaranya oleh Muhammad Alfarizi yang menemukan bahwa program sertifikasi halal kuliner, kepatuhan praktik halal dan penjaminan mutu halal mempengaruhi kinerja operasional bisnis. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa kinerja operasional bisnis dapat meningkatkan kinerja keuangan bisnis secara positif.¹⁶ Mega Novita Syafitri, dkk, menemukan bahwa

¹² Wirdyaningsih et al., “The Optimization of Halal Certification in Indonesia: Finding Right Balance between Consumer and Businessmen Interest,” in *2nd International Conference on Law, Governance and Social Justice (ICOLGAS)*, vol. 499, 2020, 401, <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.319>.

¹³ Sulistyo Prabowo and Azmawani Abd Rahman, “Sertifikasi Halal Sektor Industri Pengolahan Hasil Pertanian Halal,” *Forum Penelitian Agro Ekonomi* 34, no. 1 (2016): 57, <http://ejurnal.litbang.pertanian.go.id/index.php/fae/article/view/7311>.

¹⁴ Bernadhetta Vivi Kristiana, Anita Indrasari, and Idha Giyanti, “Halal Supply Chain Management Dalam Optimalisasi Penerapan Sertifikasi Halal UMKM,” *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri* 19, no. 2 (2020): 113, <https://doi.org/10.20961/performa.19.2.46379>.

¹⁵ Kristiana, Indrasari, and Giyanti, 113.

¹⁶ Muhammad Alfarizi, “Peran Sertifikasi Halal Dan Kepatuhan Praktik Halal Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan: Investigasi Pemodelan Empiris Sektor UMKM Kuliner Nusantara,” *Harmoni: Jurnal Multikultural & Multireligius* 22, no. 1 (2023): 108, [https://doi.org/https://doi.org/10.32488/harmoni.v1i22.654](https://doi.org/10.32488/harmoni.v1i22.654).

sertifikasi label *halal food* dalam suatu produk makanan sangatlah penting bagi konsumen muslim karena hal tersebut merupakan salah satu sarana komunikasi yang efektif antara produsen dan konsumen, serta sebagai bentuk kepatuhan terhadap hukum Islam yang mewajibkan untuk mengkonsumsi sesuatu yang halal baik melalui awal proses pembuatan hingga pendistribusiannya.¹⁷ Nurjanah, dkk, menemukan bahwa kesadaran akan kewajiban sertifikasi halal bagi para pelaku usaha sudah cukup baik mengingat dampak positif yang didapatkannya, sertifikasi halal merupakan suatu tindakan positif yang dapat memberikan banyak manfaat bagi pelaku usaha.¹⁸ Sejalan dengan informasi tersebut, penelitian yang meneliti implikasi sertifikat halal pada manajemen bisnis industri makanan dan minuman masih minim dilakukan. Sehingga penelitian semacam ini perlu dilakukan karena dapat memberikan informasi kepada para pelaku bisnis tentang implikasi sertifikasi halal terhadap manajemen bisnis. Melalui informasi tersebut para pelaku bisnis dalam industri makanan dan minuman dapat merencanakan strategi yang lebih matang dalam melakukan inovasi pengembangan usahanya. Oleh karena itu, Tujuan dari penelitian ini untuk melihat implikasi sertifikasi halal pada manajemen bisnis industri makanan dan minuman.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan studi pustaka (*library research*) yaitu kegiatan penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dan data melalui berbagai macam sumber yang tersedia di perpustakaan. Sumber-sumber tersebut dapat berupa buku referensi, hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, artikel, catatan, dan berbagai jurnal yang relevan dengan masalah yang ingin dipecahkan. Kegiatan ini dilakukan secara sistematis untuk mengumpulkan, mengolah, dan menyimpulkan data dengan menggunakan metode dan teknik tertentu guna mencari jawaban atas permasalahan yang dihadapi.¹⁹ Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber baik dari buku, jurnal laporan, undang-undang dan artikel yang terkait dengan sertifikasi halal dan manajemen bisnis untuk memperoleh data. Kemudian, data yang terkumpul dianalisis untuk merumuskan implikasi sertifikasi halal dalam manajemen bisnis industri makanan dan minuman.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Sertifikasi Halal

Sertifikat halal merupakan pengakuan terhadap kehalalan suatu Produk yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).²⁰ Sertifikasi halal menjadi prosedur formal di mana orang atau lembaga yang telah terakreditasi atau memiliki kewenangan untuk menilai dan memverifikasi produk baik atribut, karakteristik, kualitas, kualifikasi barang, prosedur atau proses, serta peristiwa atau situasi, sesuai dengan persyaratan atau standar yang ditetapkan.²¹

¹⁷ Syafitri, Salsabila, and Latifah, "Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam," 40.

¹⁸ Nurjanah Nurjanah et al., "Urgensi Sertifikasi Halal Pada Coffee Shop Di Indonesia," *Islamika* 4, no. 4 (2022): 914, <https://doi.org/10.36088/islamika.v4i4.2190>.

¹⁹ Milya Sari and Asmendri, "Penelitian Kepustakaan (Library Research) Dalam Penelitian Pendidikan IPA," *Natural Science: Jurnal Penelitian Bidang IPA Dan Pendidikan IPA* 6, no. 1 (2020): 44, <https://doi.org/https://doi.org/10.15548/nsc.v6i1.1555>.

²⁰ Kementerian Agama Republik Indonesia, "Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2021 Tentang Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil" (2021), https://cmsbl.halal.go.id/uploads/PMA_20_Tahun_2021_tentang_Sertifikasi_Halal_UMK_a383224817.pdf.

²¹ Intan Kusuma Pratiwi, *Halal Supply Chain Management*, 1st ed. (Lombok Barat: CV. Alfa Press, 2022), 9.

Dalam konteks produksi sertifikasi halal merupakan bagian esensial dari proses produksi. Secara umum, sertifikasi halal merupakan bentuk pemenuhan kewajiban pemerintah dalam melindungi hak konsumen. Dalam konteks nilai, konsep halal dianggap sebagai sebuah standar yang mencakup aspek kesehatan, kebersihan, keselamatan, keberlanjutan, dan integritas, yang menjadi ciri peradaban modern dan standar jaminan kualitas halal secara global. Produk halal telah menjadi bagian dari bisnis dunia yang nilainya sangat besar, yang diperuntukkan bukan saja untuk masyarakat Muslim tetapi juga masyarakat non-Muslim.²²

Produksi makanan dan minuman halal tidak hanya berkaitan dengan aspek operasional dan material, tetapi juga memiliki dimensi spiritual yang lebih mendalam jika dibandingkan dengan produk lain yang pada umumnya hanya berfokus pada keselamatan dan kemanan. Kehalalan menjadi syarat utama dalam produksi makanan dan minuman dalam memberikan kepastian hukum kepada konsumen.²³

Sertifikat halal tidak hanya berlaku bagi produk makanan dan minuman, melainkan juga mencakup produk-produk yang berhubungan dengan kosmetik, obat-obatan, produk kimiawi, produk biologi, dan produk yang memiliki nilai guna serta dimanfaatkan oleh banyak orang. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, Indonesia memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman yang baik dan halal bagi masyarakatnya. Oleh karena itu, melalui sistem jaminan halal, setiap produk yang beredar di masyarakat diwajibkan memiliki sertifikasi halal, yang memberikan kekuatan dan jaminan kepada konsumen dalam memilih makanan dan minuman.

Sertifikasi halal memiliki peran yang sangat penting dalam berbagai aspek, diantaranya memenuhi kewajiban sebagai umat muslim, berperan sebagai perlindungan terhadap hak konsumen terutama dalam hal kualitas produk, meningkatkan profitabilitas pelaku usaha, dan penguatan daya saing industri halal di kancah internasional.²⁴

Melihat perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pangan yang umumnya berasal dari negara-negara yang mayoritas penduduknya non-Muslim, terdapat potensi penggunaan bahan-bahan yang tidak halal dalam proses produksi makanan dan minuman.²⁵ untuk menghindari risiko kontaminasi bahan-bahan yang haram dan memastikan bahwa setiap produksi dan distribusi produk mencapai konsumen akhir mematuhi prinsip halal, pemerintah harus hadir dalam memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk halal.²⁶

Jaminan kehalalan produk dapat dilihat melalui rangkaian proses dalam memproduksi produk. Rankaian proses tersebut mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk. Selain itu, untuk memastikan bahwa produk halal tidak tercampur dengan produk yang tidak halal, maka lokasi dan alat yang digunakan dalam proses produksi harus dipisahkan. Hal lain yang dalam pemenuhan proses produk halal adalah menjaga kualitas produk. Oleh karena itu, para pelaku bisnis, terutama dalam industri makanan dan minuman harus memastikan kebersihan proses produksinya, dan menghindari penggunaan bahan-bahan yang tidak halal dan bernajis.

²² Muhammad Aqil Irham, "Jadi Pembicara Forum APEC, Kepala BPJPH Yakinkan Sertifikasi Halal Adalah Peluang Dan Bukan Hambatan" ([bpjph.halal.go.id, 2023](http://bpjph.halal.go.id/detail/jadi-pembicara)), <http://bpjph.halal.go.id/detail/jadi-pembicara>.

²³ Pratiwi, *Halal Supply Chain Management*, 8.

²⁴ Nuzulia Roisatun Khasanah, "Urgensi Sertifikasi Halal Pada Etika Produksi" 24, no. 1 (2023): 173.

²⁵ Prabowo and Rahman, "Sertifikasi Halal Sektor Industri Pengolahan Hasil Pertanian Halal," 59.

²⁶ M. Fuad Nasar, "Negara Dan Sertifikasi Halal Indonesia" ([kemenag.go.id, 2017](https://kemenag.go.id/opini/negara-dan-sertifikasi-halal-indonesia-cfxy63)), <https://kemenag.go.id/opini/negara-dan-sertifikasi-halal-indonesia-cfxy63>.

Proses produk halal membutuhkan komitmen dari semua pelaku bisnis industri makanan dan minuman dalam merumuskan kebijakan halal yang dijadikan sebagai dasar operasional proses produk halal. Kebijakan halal tersebut mencakup tanggung jawab pelaku bisnis dalam menjaga integritas halal dalam setiap tahapan proses produk halal, memberikan jaminan kepada konsumen atau pelanggan, dan menetapkan metode atau mekanisme pengawasan untuk memastikan kepatuhan prinsip halal.

Demi menjamin terwujudnya jaminan produk halal, pemerintah membentuk sebuah lembaga yang bertanggung jawab atas pelaksanaan jaminan produk halal, yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). BPJPH berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Agama. Selain itu, BPJPH juga mendirikan Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LP3H) yang bertugas membantu dalam pelaksanaan proses sertifikasi halal. LP3H adalah lembaga yang memiliki fungsi mendampingi dan mengawasi seluruh tahapan produksi produk halal, mulai dari pengolahan bahan baku hingga distribusi, agar berjalan sesuai dengan standar dan aturan kehalalan yang berlaku.

Pemerintah Indonesia juga telah mengeluarkan berbagai regulasi yang mengatur tentang pelaksanaan proses sertifikasi halal, termasuk Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Regulasi tersebut memberikan kerangka proses pengurusan sertifikat halal yang mencakup dua skema, yaitu melalui skema *self declare* dan skema regular.

Sertifikasi halal melalui skema *self declare* merupakan sertifikasi halal yang didasarkan pada pernyataan yang dikeluarkan oleh pelaku usaha mikro dan kecil atas kehalalan produknya. Melalui skema *self declare* para pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan biaya dalam proses sertifikasi karena pemerintah telah menyediakan program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI). Akan tetapi, para pelaku usaha harus memperhatikan beberapa kriteria yang telah ditetapkan oleh Pemerintah, diantaranya produk yang dihasilkan tidak berisiko atau menggunakan bahan yang sudah dipastikan kehalalannya dan seluruh rangkaian proses produksi sudah dipastikan kehalalannya serta melalui proses yang sederhana. Proses verifikasi kehalalan produk melalui skema *self declare* dilakukan oleh Pendamping Proses Produk Halal (P3H).

Sedangkan sertifikasi halal melalui skema regular, ditujukan bagi pelaku usaha yang memproduksi produk yang masih perlu diuji kehalalannya. Dalam skema ini, pelaku usaha harus mengeluarkan biaya layanan sebesar Rp650.000, sesuai dengan Keputusan Kepala BPJPH Nomor 141/2021. Biaya ini mencakup biaya pendaftaran dan penetapan kehalalan produk (Rp300.000) dan biaya pemeriksaan kehalalan produk oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) (Rp350.000). Dalam skema reguler, Auditor halal yang merupakan bagian dari Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) akan terlibat dalam verifikasi dan validasi, inspeksi produk dan proses produksi halal (PPH), serta pengujian laboratorium jika diperlukan untuk memastikan kehalalan produk.

Sertifikat halal menjadi syarat dalam menjaga integritas produk halal dan menjadi jaminan serta dasar kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk. Sertifikasi halal berperan dalam membantu konsumen untuk menghindari kebingungan dalam memilih produk yang sesuai dengan prinsip halal.²⁷

3.2. Manajemen Bisnis Syariah

Manajemen adalah suatu pendekatan yang digunakan untuk mengatur kegiatan yang dilakukan oleh individu atau organisasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Ini dilakukan melalui kerja sama yang efektif dan efisien dalam memanfaatkan sumber daya

²⁷ Pratiwi, *Halal Supply Chain Management*, 5.

yang tersedia.²⁸ Manajemen juga bisa diartikan sebagai usaha untuk memberikan bimbingan dan arahan dengan melibatkan perencanaan, koordinasi, pengintegrasian, pembagian tugas yang dilakukan secara profesional dan proporsional, pengorganisasian, pengendalian, dan optimalisasi pemanfaatan sumber daya yang ada. Dalam konsep ini, manajemen dapat dilihat sebagai seni yang melibatkan berbagai metode untuk membimbing dan mengarahkan sumber daya yang ada agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama.²⁹

Manajemen dalam perspektif Islam mengandung makna bahwa segala sesuatu harus dilakukan dengan itqan, yang merujuk pada pelaksanaan tugas yang baik, teratur, tertib, rapi, benar, jelas, dan tuntas.³⁰ Manajemen adalah suatu kebutuhan yang tak terhindarkan untuk memudahkan penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan pribadi, keluarga, dan masyarakat. Namun, secara umum, belum ada pengertian yang baku mengenai konsep manajemen Islami.

Dalam bisnis islam, manajemen memiliki peran yang sangat penting. Islam telah memberikan pedoman bahwa dalam menjalankan aktivitas bisnis harus merujuk kepada prinsip-prinsip syariah Islam (Al-Qur'an dan Hadis). Kegagalan manajemen bisnis konvensional dalam menciptakan lingkungan yang berpihak pada kejujuran, kebahagiaan, dan penghormatan kepada sesama manusia, menjadikan manajemen bisnis Islam sebagai solusi dalam penerapan manajemen yang sesuai dengan prinsip syariah. Islam memberikan panduan bagi setiap muslim dalam mengatur bisnisnya, bukan hanya pada fungsi manajemen akan tetapi juga aturan-aturan lain yang terdapat dalam Al-Qur'an dan hadis.³¹

Manajemen Bisnis syariah merupakan disiplin ilmu yang mempelajari tentang bagaimana mengatur, mengelola, dan melaksanakan kegiatan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam rangka mengelola kehidupan manusia di dunia, diperlukan pengetahuan, wawasan, keterampilan, dan sikap kerja yang professional, termasuk dalam mengelola kegiatan bisnis.³²

Kegiatan bisnis merupakan bagian integral dalam kehidupan masyarakat yang mencerminkan sikap saling ketergantungan antarindividu. Manusia, sebagai makhluk sosial, tidak mampu memenuhi semua kebutuhan hidupnya secara mandiri, sehingga memerlukan kolaborasi dan pertukaran dengan sesama untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Kegiatan bisnis seharusnya dijadikan sebagai wadah dalam mewujudkan nilai-nilai keagamaan yang melibatkan aspek moral etika dan spiritual.

Bisnis syariah membawa prinsip-prinsip moral dan etika ke dalam lingkungan bisnis, dengan tujuan menciptakan kegiatan ekonomi yang lebih berkelanjutan, adil, dan bermanfaat secara sosial. Oleh karena itu, manajemen berperan sebagai elemen-elemen dasar yang selalu ada dan melekat pada proses bisnis untuk mencapai tujuan tersebut.³³

Manajemen bisnis syariah memiliki peran penting dalam membantu pelaku bisnis dalam mencapai keberhasilan dan menjaga efisiensi operasional. Ini mencakup pengelolaan sumber daya manusia, keuangan, waktu, dan aset lainnya sesuai dengan perinsip-prinsip syariah. Selain itu, manajemen membantu dalam mengidentifikasi tujuan bisnis, merumuskan strategi, mengalokasikan sumber daya, memantau perkembangan, dan

²⁸ Burhanudin Gesi, Rahmat Laan, and Fauziyah Lamaya, "Manajemen Dan Eksekutif," *Jurnal Manajemen* 3, no. 2 (2019): 53, <https://e-journal.unmuhkupang.ac.id/index.php/jm/article/view/62/51>.

²⁹ Abd. Rohman, *Dasar Dasar Manejemen*, 1st ed. (Malang: Inteligensia Media, 2017), 10, <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6350/Bab%202.pdf?sequence=11>.

³⁰ Abdullah Ma'ruf M and Hakim, *Manajemen Bisnis Syariah*, 2.

³¹ Maleha, "Manajemen Bisnis Dalam Islam," 43.

³² Abdullah Ma'ruf M and Hakim, *Manajemen Bisnis Syariah*, 1–2.

³³ Setiawan, Komara, and Kurniawan, "Manajemen Bisnis Syariah Berbasis Kewirausahaan Di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo," 21.

mengambil tindakan korektif ketika diperlukan, baik untuk bisnis yang dengan skala kecil, menengah, maupun perusahaan besar.

Manajemen bisnis syariah merupakan disiplin ilmu yang universal dan dapat diterapkan dalam beragam bidang dan jenis bisnis. Manajemen memberikan kerangka kerja dan alat untuk mengelola dan mengarahkan sumber daya secara efektif guna mencapai tujuan bisnis. Manajemen mencakup serangkaian aktivitas yang meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengimplementasian/pengarahan (*actuating/directing*), dan pengendalian (*controlling*) yang mutlak selalu ada dalam berbagai kegiatan bisnis.

- a. Perencanaan (*planning*) merupakan tahap awal yang dilakukan untuk mengantisipasi kecenderungan tren masa depan dan menentukan strategi dan taktik yang sesuai untuk mencapai target dan tujuan bisnis. Aktivitas perencanaan mencakup penetapan tujuan dan target bisnis, merumuskan strategi untuk mencapai tujuan dan target bisnis, menentukan sumber daya yang diperlukan, dan menetapkan standar/indikator keberhasilan dalam mencapai tujuan dan target tersebut.
- b. Pengorganisasian (*organizing*) merupakan tahap di mana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan diwujudkan dalam struktur organisasi yang tepat dan kuat, sistem, dan lingkungan yang mendukung. Aktivitas pengorganisasian meliputi alokasi sumber daya, perumusan dan penugasan kerja, penentuan prosedur yang diperlukan, pendefinisian struktur organisasi yang mencerminkan garis wewenang dan tanggung jawab, kegiatan perekutan, seleksi, pelatihan, dan pengembangan sumber daya manusia, serta penempatan sumber daya manusia pada posisi yang paling sesuai.
- c. Pengimplementasian/pengarahan (*actuating/directing*) merupakan tahap implementasi program yang memungkinkan semua anggota organisasi menjalankan tugas dan tanggung jawab mereka dengan kesadaran dan produktivitas tinggi. Kegiatan pengimplementasian/pengarahan mencakup pelaksanaan proses kepemimpinan, pembimbingan, dan motivasi tenaga kerja agar bekerja secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan organisasi, memberikan tugas dan penjelasan rutin tentang pekerjaan, serta menjelaskan kebijakan yang telah ditetapkan
- d. pengendalian/pengawasan (*controlling*) merupakan tahap yang digunakan untuk memastikan bahwa semua kegiatan yang telah direncanakan, diorganisir, dan diimplementasikan berjalan sesuai dengan target yang diharapkan. Kegiatan pengendalian/pengawasan meliputi evaluasi keberhasilan dalam mencapai tujuan dan target bisnis sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan, mengambil tindakan klarifikasi dan koreksi terhadap penyimpangan yang mungkin ditemukan, serta menyusun alternatif solusi untuk berbagai masalah yang berkaitan dengan pencapaian tujuan dan target bisnis.³⁴

Melalui empat tahapan ini, pelaku bisnis akan mampu mencapai kesuksesan, menjaga efisiensi operasional, serta menjalankan bisnis yang dipadukan dengan prinsip-prinsip syariah. Keempat tahapan tersebut menjadi dasar utama bagi setiap pelaku bisnis dalam menjalankan aktivitasnya, baik secara individu maupun secara kolektif. Tujuannya agar aktivitas bisnis yang dilakukan dapat berjalan secara efektif dan efisien dan selaras dengan

³⁴ Suhadi, *Pengantar Manajemen Dan Aplikasinya*, ed. Anis Eliyana, 1st ed. (Yogyakarta: Gava Media, 2008), 31–32, http://repository.upbatam.ac.id/135/1/Buku_Pengantar_Manajemen.pdf.

perinsip-prinsip syariah, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan profit bagi pengelola serta menghasilkan maslahah bagi semua manusia.³⁵

Salah satu implikasi positif dari penerapan manajemen bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah adalah memenuhi persyaratan sertifikasi halal. Sertifikasi halal adalah tindakan yang menunjukkan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan oleh bisnis tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam proses produksi dan distribusinya. Ini memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk atau layanan yang mereka beli adalah halal dan sesuai dengan nilai-nilai agama Islam.

Dalam konteks manajemen bisnis syariah, perencanaan, pengorganisasian, pengimplementasian, dan pengendalian atau pengawasan semua harus memastikan bahwa produk atau layanan yang dihasilkan memenuhi standar kehalalan. Ini berarti melibatkan bahan baku yang halal, proses produksi yang mematuhi prinsip-prinsip syariah, dan pengendalian kualitas yang ketat untuk menjaga mutu produk. Dengan menerapkan manajemen yang baik, bisnis dapat memastikan bahwa setiap langkah dalam rantai produksi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Sertifikasi halal ini juga dapat membantu bisnis dalam meningkatkan pangsa pasar mereka, karena banyak konsumen Muslim yang mencari produk atau layanan telah tersertifikasi halal. Dengan demikian, manajemen bisnis syariah bukan hanya memastikan kesuksesan bisnis dan efisiensi operasional, tetapi juga memungkinkan bisnis untuk memenuhi tuntutan pasar yang lebih besar dan mendapatkan kepercayaan konsumen yang lebih kuat.

3.3. Implikasi Sertifikasi Halal Dalam Manajemen Bisnis

Sertifikasi produk halal, khususnya produk makanan dan minuman, memiliki pengaruh dalam dunia bisnis dan pemasaran produk halal, baik untuk konsumen maupun pelaku industri makanan dan minuman. Sertifikasi halal, yang ditampilkan dalam bentuk logo, merek dagang, atau label produk adalah indikator yang memberikan informasi penting bahwa produk-produk tersebut telah menjalani proses pemeriksaan yang ketat oleh lembaga yang berwenang. Sertifikasi ini menegaskan bahwa sumber bahan, komposisi produk, dan proses produksinya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.³⁶

Selain itu, Sertifikasi halal juga memiliki dampak signifikan dalam menjamin kelangsungan bisnis dan memperkuat posisi pelaku bisnis. Sertifikat halal menjadi salah satu indikator yang dapat memengaruhi minat pembelian konsumen, yang berpotensi meningkatkan penjualan atau omset pelaku bisnis.³⁷ Sehingga Implikasi sertifikasi halal dalam manajemen bisnis memiliki dampak strategis yang dapat merespons tuntutan konsumen terhadap produk halal.

3.3.1. Manajemen Pemasaran yang Efektif

Aspek pemasaran memegang peran penting dalam manajemen bisnis, terutama dalam mendorong motivasi manajemen untuk melihat masa depan dengan cara yang berbeda.³⁸ Sertifikasi halal adalah salah satu cara perusahaan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Selain untuk memenuhi kebutuhan konsumen,

³⁵ H. Abd. Rahman Rahim and H. Muhammad Rusydi, *Manajemen Bisnis Syariah Muhammad SAW*, 2016, 8.

³⁶ Akbarizan et al., *Bisnis Produk Halal Analisis Implementasi Rantai Pasok Produk Halal Di Australia*, 1st ed. (Yogyakarta: Kalimedia, 2018), 40.

³⁷ Muhammad Rido and Abdul Hadi Sukmana, "Urgensi Sertifikasi Halal Bagi Bisnis Ukm," *Journal of Applied Business and Banking (JABB)* 2, no. 2 (2021): 138, <https://doi.org/10.31764/jabb.v2i2.5644>.

³⁸ Rahardi Mahardika, "Strategi Pemasaran Wisata Halal," *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam* 3, no. 1 (2020): 83, <https://doi.org/10.47971/mjhi.v3i1.187>.

sertifikasi halal dapat menjaga kelangsungan bisnis dalam lingkungan yang terus berubah. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan implikasi sertifikasi halal agar mampu berkompetisi di masa depan.

Manajemen bisnis dalam lingkungan bisnis yang kompetitif memerlukan strategi pemasaran yang efektif untuk tetap eksis di pasar. Pemasaran produk dengan sertifikasi halal merupakan langkah penting dalam memaksimalkan manfaatnya. Kehadiran sertifikasi halal pada produk memberikan jaminan keamanan kepada konsumen muslim dan juga memberikan keuntungan kepada produsen dengan meningkatnya daya tarik konsumen terhadap produk yang dipasarkan.³⁹ Oleh karena itu, Produsen harus mengkomunikasikan dengan jelas kepada konsumen bahwa produk mereka telah memenuhi standar kehalalan. Hal ini dapat dilakukan dengan mencantumkan logo sertifikasi halal pada label produk, serta melalui kampanye pemasaran yang menekankan kehalalan produk.

Kampanye sertifikasi halal memiliki peran penting dalam menentukan tingkat kesadaran dan keterlibatan konsumen dalam memilih produk makanan dan minuman yang halal. Oleh karena itu, penting untuk memberikan edukasi kepada konsumen muslim, terutama terkait pemahaman mereka tentang hukum halal-haram serta kemampuan individu untuk mengidentifikasi produk-produk yang diharamkan, menjadi aspek penting dalam pemasaran produk halal. Hal ini akan mampu memperbesar segmen pasar terutama dari kalangan konsumen muslim.⁴⁰

Periklanan produk halal semakin berkembang sejalan dengan pertumbuhan pasar produk halal. Beberapa majalah aktif mempromosikan produk-produk halal dan terus mengembangkan merek halal dengan pendekatan inovatif. Pertumbuhan pasar produk halal terus menanjak, dipengaruhi oleh lima faktor utama yang menggerakkan laju pertumbuhan pasar pangan halal secara global, yaitu : pertumbuhan penduduk muslim, pasar utama untuk makanan halal, meningkatnya pendapatan di pasar makanan halal, peningkatan permintaan untuk keamanan pangan, serta produk berkualitas tinggi di pasar primer.⁴¹ Dengan kondisi pasar industri makanan dan minuman halal yang terus meningkat dan dinamika yang mendorongnya, produk halal menjadi faktor kunci dalam mencapai kesuksesan dalam memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Sertifikasi halal adalah bagian yang penting dalam pemasaran produk makanan dan minuman, karena mampu mempengaruhi preferensi pelanggan dan perilaku konsumen.⁴² Sertifikasi halal dapat dijadikan *Unique Selling Point* (USP) pada produk halal. Konsep USP adalah salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran yang memungkinkan suatu produk untuk dibedakan dari produk sejenis di pasar.⁴³ Produk yang telah memperoleh sertifikasi halal memiliki keunggulan dan menciptakan nilai tambah di mata konsumen. Keberadaan logo halal pada kemasan produk menjadikan produk tersebut memiliki *unique selling point* yang dapat memberikan citra positif kepada konsumen. Selain memenuhi tuntutan kehalalan, Sertifikasi halal juga dapat membangun kepercayaan

³⁹ Cindy Fatimah, Surawan Surawan, and Nurul Wahdah, "Implikasi Sertifikat Halal Produk Dalam Sakralisasi Agama Di Indonesia," *Muasarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 4, no. 2 (2022): 105, <https://doi.org/10.18592/msr.v4i2.7675>.

⁴⁰ Imam Salehudin and Basuki Muhammad Mukhlish, "Pemasaran Halal: Konsep, Implikasi Dan Temuan Di Lapangan," in *Dulu Mendengar Sekarang Bicara : Kumpulan Tulisan Ekonom Muda FEUI* (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 2012), 303.

⁴¹ Lady Yulia, "Strategi Pengembangan Industri Produk Halal," *Jurnal Bisnis Islam* 8, no. 1 (2015): 132.

⁴² Akbarizan et al., *Bisnis Produk Halal Analisis Implementasi Rantai Pasok Produk Halal Di Australia*, 41.

⁴³ Warto and Samsuri, "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia," *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (2020): 112, <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>.

konsumen, terutama di kalangan konsumen Muslim yang sangat memperhatikan kehalalan produk yang mereka konsumsi.

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, produk yang telah terjamin kehalalannya lebih menonjol di antara produk sejenis yang belum mendapatkan sertifikasi. Dalam konteks pemasaran, produk halal dapat menekankan sertifikasi halal sebagai fitur utama, menarik perhatian konsumen yang mencari produk halal. Sehingga sertifikasi halal menjadi kunci dalam memenuhi tuntutan pasar yang terus berkembang. Hal tersebut menghadirkan peluang pertumbuhan yang signifikan dalam industri makanan dan minuman halal, mengikuti dinamika global yang memacu produk yang memenuhi standar kehalalan. Selain itu, produk yang telah tersertifikasi halal akan dapat membangun reputasi yang kuat sehingga mampu menarik lebih banyak konsumen.

3.3.2. Akses Pasar Global

Sertifikasi halal merupakan salah satu tiket bagi industri makanan dan minuman untuk turut serta dalam perdagangan global. Melalui proses manajerial yang baik, pelaku industri akan mampu merencanakan langkah-langkah kongkret untuk mengakses pasar global. Hal tersebut bukan tidak mungkin, berdasarkan data dari *State of the Global Islamic Economy Report* yang diterbitkan pada tahun 2022 bahwa makanan halal sangat berkontribusi dalam perdagangan global, terutama negara-negara yang tergabung dalam Organisasi Kerja Sama Islam (OKI).

Indonesia menduduki peringkat ke-2 di sektor makanan halal. Ekspor makanan halal ke negara-negara Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) meningkat sebesar 16%. Nilainya akan semakin meningkat seiring dengan peluncuran sistem kodifikasi produk halal dan sistem data perdagangan global. Indonesia juga mengambil berbagai langkah untuk meningkatkan sertifikasi halal, seperti kodifikasi dan digitalisasi sertifikasi halal.⁴⁴ Hal tersebut mengindikasikan bahwa para pelaku industri makanan dan minuman di Indonesia akan mampu bersaing dengan para industri-industri yang ada di luar negeri.

Selain itu, *State of the Global Islamic Economy Report* juga memberikan data pengeluaran umat Islam untuk makanan yang meningkat sebesar 6,9% pada tahun 2021, dari US\$1,19 triliun menjadi US\$1,27 triliun, dan diperkirakan akan tumbuh sebesar 7,0% pada tahun 2022 dan mencapai US\$1,67 triliun pada tahun 2025 dengan Tingkat Pertumbuhan Tahunan Kumulatif (CAGR) 4 tahun sebesar 7,1%.⁴⁵ Hal tersebut merupakan salah satu peluang yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku industri makanan dan minuman untuk meningkatkan pangsa pasar ke kancah global yang semakin mengedepankan halal sebagai pilihan utama dalam mengkomsumsi makanan.

Selain itu, permintaan akan produk halal dipengaruhi oleh pertumbuhan pemografi muslim. Pada tahun 2020, diperkirakan jumlah penduduk Muslim mencapai 1,9 miliar orang, yang setara dengan hampir 25% dari total populasi dunia. Pertumbuhan jumlah populasi Muslim melebihi dua kali lipat dari pertumbuhan populasi non-Muslim, dan proyeksi ini diharapkan akan berlanjut dalam beberapa dekade mendatang. Diperkirakan bahwa jumlah umat Islam akan mencapai 2 miliar pada tahun 2030 dan 3 miliar pada tahun 2060, yang akan mencakup sekitar 30% dari populasi global.⁴⁶ Melihat peningkatan populasi yang besar dan pertumbuhan penduduk yang pesat, kebutuhan akan makanan juga akan meningkat. Dengan demikian, negara-negara anggota Organisasi Kerja

⁴⁴ Dinar Standard, “State of the Global Islamic Economy Report,” 2022, 24, <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>.

⁴⁵ Dinar Standard, 52.

⁴⁶ Dinar Standard, 13.

Sama Islam (OKI) menjadi pasar yang sangat potensial bagi pelaku industri makanan dan minuman halal.

Selain dengan meningkatnya permintaan produk halal dari Masyarakat muslim, permintaan produk halal juga banyak diminati oleh masyarakat non-Muslim. Mereka juga tertarik pada gaya hidup halal sehingga menjadikan produk halal sebagai sebuah potensi pasar yang terus berkembang. Produk halal memiliki manfaat ganda, tidak hanya bagi konsumennya tetapi juga memberikan nilai ekonomi bagi pelaku bisnis dalam industri ini.⁴⁷

Menurut *State of the Global Islamic Economy Report* terdapat beberapa faktor yang menggerakkan sisi permintaan produk halal secara global, diantaranya : 1) Penduduk muslim yang besar, berkembang cepat, dan muda, 2) Perluasan perekonomian Islam global, 3) Nilai-nilai Islam yang mendorong pilihan produk dan jasa halal, 4) Konektivitas digital dan kebangkitan *e-commerce*, dan 5) Pertumbuhan konsumsi etis.⁴⁸

Kesadaran akan kehalalan produk makanan dan non-makanan berperan penting di negara yang tergabung dalam OKI. Produk pangan yang berasal dari Indonesia secara umum dianggap halal, dan ini menjadi faktor penting dalam preferensi konsumen di pasar-pasar OKI. Sertifikasi halal yang terpercaya juga dapat meningkatkan daya saing produk atau komoditas sektor makanan Indonesia di negara OKI.⁴⁹

Oleh karena itu, pelaku industri makanan dan minuman harus mampu melakukan inovasi dalam manajemen bisnisnya. Kelima faktor tersebut dapat dijadikan sebagai dasar bagi pelaku industri untuk mengelola operasinya dalam memenuhi standar dan tuntutan produk halal. Inovasi manajemen bisnis halal yang dapat dilakukan diantaranya:

- a. Pelaku industri makanan dan minuman halal harus memahami demografi pasar yang dituju yang melibatkan penyesuaian strategi pemasaran, pengembangan produk, dan layanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen Muslim yang mayoritas berusia muda. Para pelaku industri perlu memahami preferensi konsumen, termasuk selera makanan, gaya fashion, dan preferensi keuangan.
- b. Pelaku industri makanan dan minuman harus memperhatikan pertumbuhan ekonomi di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim, dan membangun kemitraan bisnis serta memperluas operasi di pasar-pasar tersebut. Pelaku industri juga harus memahami regulasi dan persyaratan halal yang berlaku di berbagai pasar global.
- c. Pelaku industri makanan dan minuman harus memastikan bahwa semua produk dan layanan yang mereka tawarkan mematuhi nilai-nilai Islam. Diantaranya melalui proses produksi yang ketat, pemilihan bahan baku yang sesuai, dan pengawasan untuk memastikan kehalalan produk. Selain itu, pelaku industri harus memastikan bahwa karyawan mereka memahami dan mematuhi nilai-nilai ini dalam setiap tahap operasi.
- d. Pelaku industri makanan dan minuman harus memahami pentingnya platform digital dan *e-commerce* dalam mencapai konsumen. Mereka perlu mengembangkan strategi online yang efektif untuk mempromosikan dan menjual produk halal mereka. Ini juga mencakup manajemen logistik dan rantai pasokan yang memungkinkan produk sampai ke konsumen dengan keadaan tetap halal.

⁴⁷ Yulia, "Strategi Pengembangan Industri Produk Halal," 122.

⁴⁸ Dinar Standard, "State of the Global Islamic Economy Report," 13–14.

⁴⁹ Muchtar Masruri, "Dampak Perjanjian Perdagangan Bebas Di Sektor Makanan Indonesia: Studi Pada Negara-Negara OIC" (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023), 161, https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/74357/1/0609_new_dissertasi-UIN_Masruri_OIC_makanan.pdf.

- e. Pelaku industri makanan dan minuman harus memahami tren konsumsi etis dan memasukkan nilai-nilai islam dalam praktek bisnis mereka.

Dengan mengintegrasikan kelima hal di atas, pelaku bisnis industri makanan dan minuman halal diharapkan dapat mengelola operasi bisnis mereka dengan baik, serta membantu mereka untuk memenuhi kebutuhan konsumen Muslim dan non-Muslim yang semakin sadar akan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal dan nilai-nilai Islam.

Produk berstandar halal sudah seharusnya menjadi bagian integral yang tak terpisahkan dari praktik perdagangan dan ekonomi global yang menuntut adanya standar-standar dan kualitas baku internasional untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen lintas negara.⁵⁰ Sehingga melalui sertifikasi halal, mereka akan mampu bersaing dan berkompetisi dalam perdagangan baik di dalam negeri maupun dalam memasuki pasar-pasar global.

4. KESIMPULAN

Implikasi sertifikasi halal dalam manajemen bisnis industri makanan dan minuman dapat ditinjau dari aspek pemasaran produk. Sertifikasi halal merupakan *Unique Selling Point* (USP) pada produk yang dapat menciptakan nilai tambah, dan memberikan citra positif kepada konsumen. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menampilkan logo halal pada label produk dan kampanye pemasaran yang menekankan kehalalan produk. Selain itu, kesadaran akan kehalalan produk di pasar global semakin meningkat seiring dengan meningkatnya tren gaya hidup halal Masyarakat global, sehingga melalui sertifikasi halal para pelaku bisnis industri makanan dan minuman akan mampu memasuki dan mengakses pasar yang lebih luas, terutama negara-negara yang tergabung dalam Organisasi Kerja sama Islam (OKI).

REFERENCES

- Abdullah Ma'ruf M, and Budi Rahmat Hakim. *Manajemen Bisnis Syariah. Manajemen Bisnis Syariah*. 1st ed. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014. [https://idr.uin-antasari.ac.id/5012/1/Manajemen Bisnis Syariah.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/5012/1/Manajemen%20Bisnis%20Syariah.pdf).
- Akbarizan, Fitra Lestari, Hertina, Zulkifli, Sri Muryati, and Muhammad Abror. *Bisnis Produk Halal Analisis Implementasi Rantai Pasok Produk Halal Di Australia*. 1st ed. Yogyakarta: Kalimedia, 2018.
- Alfarizi, Muhammad. "Peran Sertifikasi Halal Dan Kepatuhan Praktik Halal Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan: Investigasi Pemodelan Empiris Sektor UMKM Kuliner Nusantara." *Harmoni : Jurnal Multikultural & Multireligius* 22, no. 1 (2023): 93–116. <https://doi.org/https://doi.org/10.32488/harmoni.v1i22.654>.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama RI. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2019 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (2019). https://jdih.kemenag.go.id/assets/uploads/regulation/4_2019-11-04_9797_pp_nomor_31_tahun_2019.pdf.
- Bahri. "Kewirausahaan Islam : Penerapan Konsep Berwirausaha Dan Bertransaksi Syariah Dengan Metode Dimensi Vertikal (Hablumminallah) Dan Dimensi Horizontal (Hablumminannas) Islamic Entrepreneurship : Implementation of The Concept of Entrepreneurship And Shari." *Moro, Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 1, no. 2

⁵⁰ Tahliani Hani, "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan," *Syar'ie* 6, no. 1 (2023): 11.

- (2018): 67–87. <http://jurnal.unma.ac.id/index.php/Mr/index>.
- Dinar Standard. “State of the Global Islamic Economy Report,” 2022. <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>.
- Faradila, Fitria. “Tingginya Porsi Impor Bahan Baku Pada Industri Makanan Dan Minuman.” *Kompeten*, 2023. <http://pusbinjfdag.kemendag.go.id/artikel-emagz/tingginya-porsi-impor-bahan-baku-pada-industri-makanan-dan-minuman/>.
- Fatimah, Cindy, Surawan Surawan, and Nurul Wahdah. “Implikasi Sertifikat Halal Produk Dalam Sakralisasi Agama Di Indonesia.” *Muasarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 4, no. 2 (2022): 97–108. <https://doi.org/10.18592/msr.v4i2.7675>.
- Gesi, Burhanudin, Rahmat Laan, and Fauziyah Lamaya. “Manajemen Dan Eksekutif.” *Jurnal Manajemen* 3, no. 2 (2019): 51–66. <https://ejurnal.unmuukupang.ac.id/index.php/jm/article/view/62/51>.
- Hani, Tahliani. “Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan.” *Syar’ie* 6, no. 1 (2023): 1–12.
- Irham, Muhammad Aqil. “Jadi Pembicara Forum APEC, Kepala BPJPH Yakinkan Sertifikasi Halal Adalah Peluang Dan Bukan Hambatan.” bpjph.halal.go.id/detail/jadi-pembicara, 2023. <http://bpjph.halal.go.id/detail/jadi-pembicara>.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2021 Tentang Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil (2021). https://cmsbl.halal.go.id/uploads/PMA_20_Tahun_2021_tentang_Sertifikasi_Halal_U_MK_a383224817.pdf.
- Khasanah, Nuzulia Roisatun. “Urgensi Sertifikasi Halal Pada Etika Produksi” 24, no. 1 (2023): 159–77.
- Kristiana, Bernadhetta Vivi, Anita Indrasari, and Idha Giyanti. “Halal Supply Chain Management Dalam Optimalisasi Penerapan Sertifikasi Halal UMKM.” *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri* 19, no. 2 (2020): 113–20. <https://doi.org/10.20961/performa.19.2.46379>.
- Mahardika, Rahardi. “Strategi Pemasaran Wisata Halal.” *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam* 3, no. 1 (2020): 65–86. <https://doi.org/10.47971/mjhi.v3i1.187>.
- Maleha, Yanti Nova. “Manajemen Bisnis Dalam Islam.” *Economica Sharia* 1, no. 2 (2016): 43–53. <https://doi.org/https://doi.org/10.36908/esha.v1i2.106>.
- Masruri, Muchtar. “Dampak Perjanjian Perdagangan Bebas Di Sektor Makanan Indonesia: Studi Pada Negara-Negara OIC.” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/74357/1/0609_new_disertasi-UIN_Masruri_OIC_makanan.pdf.
- Mustajab, Ridhwan. “Industri Makanan Dan Minuman Tumbuh 4,62% Pada Kuartal II/2023.” *Data Indonesia.Id*, 2023. <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-462-pada-kuartal-ii2023>.
- Nasar, M. Fuad. “Negara Dan Sertifikasi Halal Indonesia.” [kemenag.go.id](https://kemenag.go.id/opini/negara-dan-sertifikasi-halal-indonesia-cfxy63), 2017. <https://kemenag.go.id/opini/negara-dan-sertifikasi-halal-indonesia-cfxy63>.
- Nurjanah, Nurjanah, Murniyetti Murniyetti, Wirdati Wirdati, and Al Ikhlas. “Urgensi Sertifikasi Halal Pada Coffee Shop Di Indonesia.” *Islamika* 4, no. 4 (2022): 903–15. <https://doi.org/10.36088/islamika.v4i4.2190>.
- Prabowo, Sulistyo, and Azmawani Abd Rahman. “Sertifikasi Halal Sektor Industri Pengolahan Hasil Pertanian Halal.” *Forum Penelitian Agro Ekonomi* 34, no. 1 (2016): 57–62. <http://ejurnal.litbang.pertanian.go.id/index.php/fae/article/view/7311>.
- Pratiwi, Intan Kusuma. *Halal Suplly Chain Management*. 1st ed. Lombok Barat: CV. Alfa

- Press, 2022.
- Purwowidhu. “Daftar Sertifikasi Halal Gratis, Begini Caranya.” *Mediakeuangan.Kemenkeu.Go.Id*, 2023. <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/daftar-sertifikasi-halal-gratis-begini-caranya>.
- Rahim, H. Abd. Rahman, and H. Muhammad Rusydi. *Manajemen Bisnis Syariah Muhammad SAW*, 2016.
- Rido, Muhammad, and Abdul Hadi Sukmana. “Urgensi Sertifikasi Halal Bagi Bisnis Umkm.” *Journal of Applied Business and Banking (JABB)* 2, no. 2 (2021): 129–42. <https://doi.org/10.31764/jabb.v2i2.5644>.
- Rohman, Abd. *Dasar Dasar Manejemen*. 1st ed. Malang: Inteligensia Media, 2017. <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6350/Bab2.pdf?sequence=11>.
- Salehudin, Imam, and Basuki Muhammad Mukhlish. “Pemasaran Halal: Konsep, Implikasi Dan Temuan Di Lapangan.” In *Dulu Mendengar Sekarang Bicara : Kumpulan Tulisan Ekonom Muda FEUI*, 293–305. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 2012.
- Sari, Milya, and Asmendri. “Penelitian Kepustakaan (Library Research) Dalam Penelitian Pendidikan IPA.” *Natural Science: Jurnal Penelitian Bidang IPA Dan Pendidikan IPA* 6, no. 1 (2020): 41–53. <https://doi.org/https://doi.org/10.15548/nsc.v6i1.1555>.
- Setiawan, Heri Cahyo Bagus, Beni Dwi Komara, and Aries Kurniawan. “Manajemen Bisnis Syariah Berbasis Kewirausahaan Di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo.” *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2020): 20–31.
- Subianto, Pratiwi. “Rantai Nilai Dan Perspektif Kesadaran Masyarakat Muslim Akan Makanan Halal.” In *Conference on Islamic Management Accounting and Economics (CIMAE) Proceeding*, 2:141–46, 2019.
- Suhadi. *Pengantar Manajemen Dan Aplikasinya*. Edited by Anis Eliyana. 1st ed. Yogyakarta: Gava Media, 2008. <http://repository.upbatam.ac.id/135/1/Buku Pengantar Manajemen.pdf>.
- Suwarno, Suparjo Adi, Supriyanto, and Ahmad Hendra Rofiullah. *Manajemen Bisnis Syariah (Konsep Dan Aplikasinya Dalam Bisnis Syariah)*. 1st ed. Indramayu: Penerbit Adab, 2021. https://books.google.co.id/books?id=wI5BEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- Syafitri, Mega Novita, Rania Salsabila, and Fitri Nur Latifah. “Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam.” *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2022): 16–42. <https://doi.org/10.37812/aliftishod.v10i1.305>.
- Warto, and Samsuri. “Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia.” *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (2020): 98–112. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>.
- Wirdyaningsih, Iffah Karimah, Aufi Qonitatus Syahida, and Annisah Marwah Nabilah. “The Optimization of Halal Certification in Indonesia: Finding Right Balance between Consumer and Businessmen Interest.” In *2nd International Conference on Law, Governance and Social Justice (ICOLGAS)*, 499:401–8, 2020. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.319>.
- Yulia, Lady. “Strategi Pengembangan Industri Produk Halal.” *Jurnal Bisnis Islam* 8, no. 1 (2015): 121–62.

