

History Articles Received: 20 February  
2025 Accepted: 25 March 2025  
Published: 30 March 2025

## PERAN SERTIFIKASI HALAL UNTUK MENDORONG BISNIS GLOBAL DI PASAR PAKONG, PAMEKASAN

Abd. Hamid<sup>1</sup> Abd. Adim<sup>2</sup> Ach. Ubaidillah Gymnastiar<sup>3</sup>

<sup>1</sup>STEI Masyarakat Madani Pamekasan, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas PGRI Wiranegara, Kota Pasuruan, Indonesia

<sup>3</sup>IAIN Madura Pamekasan, Indonesia

[abdhamid\\_12@yahoo.co.id](mailto:abdhamid_12@yahoo.co.id)<sup>1</sup>, [abdadim07@gmail.com](mailto:abdadim07@gmail.com)<sup>2</sup>, [dillah493@gmail.com](mailto:dillah493@gmail.com)<sup>3</sup>

### ABSTRACT

*Halal certification has become a key element in strengthening product competitiveness, especially in countries with a Muslim majority population. This article examines the role of halal certification in facilitating global business development, highlighting Pakong Market, Pamekasan, as a case study. This study investigates the impact of halal certification on local products in Pakong Market, as well as the opportunities that arise to enter the international market. The study findings reveal that halal certification not only increases consumer confidence but also expands market access for local products. However, the challenges in obtaining halal certification, especially for small and medium enterprises, remain an obstacle that must be overcome. This article proposes several steps for business actors and policy makers to accelerate the halal certification process in order to improve product competitiveness in the global market.*

**Keyword:** Halal Certification, Global Business, Halal Products

### Abstrak

*Sertifikasi halal telah menjadi elemen kunci dalam memperkuat daya saing produk, khususnya di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim. Artikel ini mengkaji peran sertifikasi halal dalam memfasilitasi perkembangan bisnis global, dengan menyoroti Pasar Pakong, Pamekasan, sebagai contoh kasus. Penelitian ini menyelidiki dampak sertifikasi halal terhadap produk lokal di Pasar Pakong, serta peluang yang muncul untuk memasuki pasar internasional. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya mempertinggi kepercayaan konsumen, tetapi juga memperluas akses pasar produk lokal. Walaupun demikian, tantangan dalam memperoleh sertifikasi halal, terutama bagi usaha kecil dan menengah, masih menjadi kendala yang harus diatasi. Artikel ini mengusulkan beberapa langkah bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan untuk mempercepat proses sertifikasi halal dalam rangka meningkatkan daya saing produk di pasar global.*

**Kata Kunci:** Sertifikasi Halal, Bisnis Global, Produk Halal

## A. PENDAHULUAN

Globalisasi menghadirkan tantangan besar bagi perusahaan yang beroperasi di pasar internasional, terutama terkait dengan persaingan yang semakin intens dan hambatan

perdagangan<sup>1</sup>. Perusahaan menghadapi tantangan dalam menyesuaikan produk dan manajemen dengan kebutuhan spesifik di negara asing, serta menghadapi masalah terkait perbedaan budaya dan peraturan hukum. Strategi pemasaran global menjadi sangat penting, dengan pendekatan yang menggabungkan strategi lokal dan standar yang dianggap paling efektif untuk pasar Indonesia<sup>2</sup>. Komunikasi lintas budaya semakin menjadi kunci, dengan tantangan seperti perbedaan bahasa, norma, dan nilai yang dapat menghambat interaksi bisnis. Pemahaman budaya, pendidikan lintas budaya, dan sikap terbuka terhadap perbedaan sangat diperlukan untuk mencapai komunikasi yang efektif di pasar global<sup>3</sup>. Walaupun menghadapi berbagai tantangan, globalisasi juga menciptakan kesempatan untuk pertukaran ide dan perluasan pasar.

Sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki kesempatan yang sangat signifikan untuk memberikan dampak yang besar terhadap pasar industri halal global. Dengan populasi yang sangat besar dan permintaan yang terus berkembang untuk produk halal, Indonesia berada dalam posisi yang strategis untuk memimpin dalam pengembangan dan ekspansi sektor ini. Potensi besar ini memungkinkan Indonesia untuk berkontribusi dalam membentuk standar internasional bagi industri halal serta memfasilitasi pertumbuhan pasar global dengan menyediakan berbagai produk halal yang memenuhi kebutuhan konsumen di berbagai belahan dunia<sup>4</sup>.

Konsep halal memiliki peranan yang sangat penting dan merupakan prinsip yang tak dapat ditawar bagi umat Islam dalam memilih dan mengonsumsi produk. Sebagai seorang Muslim, mereka memiliki kewajiban untuk senantiasa mematuhi pedoman serta ajaran yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadis, baik dalam kehidupan pribadi maupun sosial, termasuk dalam hal mengonsumsi produk yang sesuai dengan ketentuan halal. Di sisi lain, meskipun produk halal berasal dari standar yang lebih berkaitan dengan ajaran Islam, konsumen yang bukan beragama Islam juga memilih untuk mengonsumsi produk halal. Hal ini biasanya disebabkan oleh kepercayaan bahwa proses produksi yang mengikuti prinsip

---

<sup>1</sup> Makanan, Industri, and D A N Minuman. 2023. "Implikasi Sertifikat Halal Dalam Manejemen Bisnis." 11(02): 3025-8421

<sup>2</sup> Sitakar, Beny, Ayu Andini, Nadya Dewi Anggita, and Suhairi Suhairi. 2024. "Langkah-Langkah Indonesia Dalam Menghadapi Tantangan Global Dalam Bidang Ekonomi." *Jurnal Minfo Polgan* 12(2): 2767-76. doi:10.33395/jmp.v12i2.13384.

<sup>3</sup> Khotimah, Ulfa Khusnul, Tantry Widianarti, Shinta Aulia Sari, Silfiah Fauziah, Siti Nurbaiti, Komunikasi Antar Budaya, and Hubungan Internasional. 2024. "Komunikasi Antar Budaya Di Era Globalisasi : Tantangan Dan Peluang." 1(3): 1-8

<sup>4</sup> Ibrahim, Hendra, and Nisya Fauziah. 2023. "Peran Dan Strategi Peningkatan Sertifikasi Halal Dalam Ekspor Produk Halal Di Pasar Internasional." *Jurnal Minfo Polgan* 12(2): 2567-71. doi:10.33395/jmp.v12i2.13311

halal dapat menjamin berbagai aspek penting, seperti keamanan produk, kandungan gizi yang terkandung di dalamnya, kebersihan, serta kualitas produk itu sendiri<sup>5</sup>.

Peningkatan pemahaman tentang pentingnya sertifikasi halal di kalangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat berperan besar dalam mendorong mereka untuk mengambil langkah-langkah menuju sertifikasi halal. Kesadaran yang lebih tinggi terhadap manfaat sertifikasi ini akan mendorong para pelaku UMKM untuk tidak hanya mematuhi standar halal, tetapi juga untuk melihatnya sebagai peluang untuk membedakan produk mereka di pasar yang semakin kompetitif. Sertifikasi halal ini, pada gilirannya, dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan, membantu UMKM untuk menarik konsumen yang lebih luas, memperkuat citra merek mereka, dan meningkatkan akses mereka ke pasar internasional yang semakin mengutamakan produk halal<sup>6</sup>.

Pasar Pakong, yang terletak di Pamekasan, Madura, merupakan salah satu pasar lokal yang memiliki potensi besar dalam mengembangkan produk halal. Dengan mendapatkan sertifikasi halal, produk yang diperdagangkan di pasar ini tidak hanya dapat meningkatkan daya saingnya, tetapi juga memperluas jangkauan pasar dan membuka peluang untuk diakses oleh konsumen global. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana sertifikasi halal dapat berperan sebagai pendorong bagi bisnis lokal di Pasar Pakong, membantu mereka untuk berkembang lebih pesat dan mampu bersaing di tingkat pasar internasional.

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan deskriptif untuk menggali informasi secara mendalam. Pendekatan penelitian kualitatif ini mengandalkan kajian literatur yang relevan serta prinsip-prinsip ekonomi yang berlandaskan pada syariah. Proses analisis data dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahapan, mulai dari penyajian data, pengorganisasian data, hingga penarikan kesimpulan dan validasi hasil yang diperoleh. Tujuan dari kajian ini adalah untuk mengoptimalkan strategi promosi dan pengembangan industri halal di tingkat nasional, agar dapat memenuhi kebutuhan produk halal di pasar domestik sekaligus memenuhi permintaan pasar halal global yang terus berkembang<sup>7</sup>.

---

<sup>5</sup> Hadi Mustofa, Bagus, and Luhur Prasetyo. 2024. "Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Sertifikasi Halal Di Kabupaten Ponorogo." *Istithmar* 7(2): 159–72. doi:10.30762/istithmar.v7i2.716

<sup>6</sup> Adiba, Elfira Maya, and Faizal Amir. 2024. "Membangun Mindset Bisnis Halal Melalui Kesadaran Halal Untuk UMKM Sektor Kuliner." *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)* 5(3): 489–99. doi:10.33474/jp2m.v5i3.21881

<sup>7</sup> Ibrahim, Hendra, and Nisya Fauziah. 2023. "Peran Dan Strategi Peningkatan Sertifikasi Halal Dalam Ekspor Produk Halal Di Pasar Internasional." *Jurnal Minfo Polgan* 12(2): 2567–71. doi:10.33395/jmp.v12i2.13311.

Kajian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi lebih mendalam mengenai strategi dan upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan ekspor produk halal Indonesia. Penelitian ini fokus pada cara-cara yang dapat diterapkan untuk memperkuat posisi Indonesia dalam pasar ekspor global. Penelitian deskriptif dipilih karena tujuannya adalah untuk menggambarkan secara detail berbagai aspek, kondisi, dan informasi terkait suatu peristiwa atau fenomena yang sedang dianalisis. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari literatur sekunder, seperti artikel-artikel akademik, publikasi dari pemerintah, organisasi internasional, serta dokumen-dokumen lain yang relevan. Setelah dikumpulkan, data tersebut dianalisis secara sistematis untuk menghasilkan narasi deskriptif yang mengandung cerita, ilustrasi, dan simbol yang mencerminkan temuan-temuan penting dalam penelitian ini.

## C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Sertifikasi Halal

Bagi seorang Muslim, mengonsumsi makanan yang halal dan berkualitas baik merupakan hal yang sangat penting, karena tidak hanya berkaitan dengan kesehatan, tetapi juga memiliki nilai ibadah. Oleh karena itu, seorang konsumen Muslim harus berhati-hati dalam memilih produk yang akan dikonsumsi.

Sertifikasi halal merujuk pada proses pengakuan bahwa suatu produk memenuhi syarat kehalalan yang ditetapkan, yang diterbitkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa resmi yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Pengesahan Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UUJPH) menimbulkan berbagai pendapat dan perdebatan dari berbagai pihak, baik yang mendukung maupun yang menentang. Dalam sistem hukum nasional Indonesia, kedudukan sertifikasi halal memiliki peran yang sangat penting dan sentral, karena sudah menjadi bagian dari regulasi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan, khususnya dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Selain itu, fatwa mengenai kehalalan yang dikeluarkan oleh MUI tidak hanya dihormati, tetapi juga diikuti dengan tegas oleh pemerintah serta umat Islam di Indonesia. Kepatuhan terhadap fatwa tersebut tercermin jelas dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang ada, yang menjadi pedoman bagi pengawasan produk halal di Indonesia<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Agus, Panji Adam. 2017. "Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 1(1): 150–65. doi:10.29313/amwaluna.v1i1.2172.

Konsep yang menjadi dasar bagi segala cabang ilmu pengetahuan dikenal dengan istilah falsafah sains. Sementara itu, istilah "halal" merujuk pada sesuatu yang diizinkan atau diperbolehkan. Dalam konteks ilmu pangan, halal dapat dijadikan sebagai alat bantu untuk memahami bagaimana proses sertifikasi halal diterapkan dalam industri pangan. Mengingat Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, penerapan sertifikasi halal pada setiap produk pangan menjadi hal yang sangat penting. Oleh karena itu, penulis merasa perlu untuk membahas lebih lanjut tentang pemahaman sertifikasi halal yang berlaku di industri pangan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian literatur (*literature review*), yang mengacu pada studi pustaka atau sumber literatur yang sudah ada dan relevan yang digunakan untuk memperoleh informasi. Sedangkan untuk menganalisis data yang terkumpul, penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Metode ini bertujuan untuk menyusun dan mengorganisir data yang telah dikumpulkan agar dapat dipaparkan serta dianalisis secara jelas, dengan harapan dapat memberikan informasi yang berguna dalam memecahkan masalah yang ada. Sertifikasi halal sendiri merujuk pada pengakuan resmi atas kehalalan suatu produk, yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa tertulis yang diterbitkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Beberapa pihak yang terlibat dalam proses sertifikasi halal meliputi BPJPH dan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), yang memiliki peran penting dalam memastikan bahwa produk pangan yang beredar di pasar memenuhi standar kehalalan yang berlaku<sup>9</sup>.

"Sertifikasi halal menjadi hal yang semakin penting dalam dunia bisnis makanan, khususnya bagi para penjual yang ingin memastikan produk mereka memenuhi standar yang sesuai dengan syariat Islam. Untuk lebih memahami pandangan seorang penjual mengenai peran sertifikasi halal, kami melakukan wawancara dengan Ibu Sundari, seorang penjual makanan yang telah memanfaatkan sertifikasi halal dalam menjalankan usahanya. Berikut adalah wawancara kami dengan Ibu Sundari terkait pengalaman dan pendapatnya tentang sertifikasi halal dalam bisnis makanan." Ibu Sundari, apa pendapat Ibu tentang pentingnya sertifikasi halal untuk produk makanan yang dijual? Ibu Sundari: Menurut saya, sertifikasi halal itu sangat penting, terutama karena konsumen Muslim seperti saya dan banyak orang lainnya sangat mengutamakan produk yang sesuai dengan syariat agama. Sertifikasi halal memberi jaminan bahwa makanan yang dijual sudah diproses

---

<sup>9</sup> Fitri, Zusi Eka, and Aji Jumiono. 2021. "Sertifikasi Halal Produk Olahan Pangan." *Jurnal Ilmiah Pangan Halal* 3(2): 1–7. doi:10.30997/jiph.v3i2.9676.

dengan cara yang benar dan sesuai dengan aturan agama, jadi konsumen bisa lebih percaya dan nyaman untuk membeli. Hal ini juga menunjukkan bahwa kita sebagai penjual peduli dengan kebutuhan dan kepercayaan pelanggan.

Peneliti melanjutkan pertanyaan yang kedua, Apakah sertifikasi halal membantu meningkatkan penjualan produk Ibu? Ibu Sundari: Tentu saja. Dengan adanya sertifikasi halal, produk saya jadi lebih dipercaya oleh konsumen, terutama bagi yang sangat memperhatikan kehalalan makanan. Mereka lebih yakin untuk membeli produk saya karena sudah ada bukti yang jelas bahwa produk ini halal. Bahkan, saya merasa lebih mudah mendapatkan pelanggan baru yang mungkin awalnya ragu, tapi setelah melihat sertifikasi halal, mereka merasa lebih aman dan nyaman.

Peneliti melanjutkan pertanyaan yang ketiga, Apa tantangan yang Ibu hadapi dalam memperoleh sertifikasi halal untuk produk yang dijual? Ibu Sundari: Tantangannya memang ada, seperti proses yang memerlukan waktu dan biaya. Namun, saya percaya bahwa meskipun prosesnya agak panjang, hasil akhirnya akan sangat bermanfaat, baik untuk bisnis saya maupun untuk membangun kepercayaan pelanggan. Saya juga harus mematuhi semua persyaratan yang berlaku, mulai dari bahan baku hingga cara pengolahannya, yang tentunya membutuhkan perhatian ekstra.

Pertanyaan yang terakhir Apakah Ibu melihat adanya dampak positif dari sertifikasi halal dalam memperluas pasar? Ibu Sundari: Ya, tentu saja. Sertifikasi halal membuka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk konsumen internasional. Produk saya tidak hanya diminati oleh konsumen lokal, tetapi juga bisa lebih mudah diterima di pasar yang lebih besar, seperti pasar negara-negara dengan mayoritas Muslim. Sertifikasi halal memberikan nilai tambah yang jelas, membuat produk lebih mudah diterima di berbagai kalangan dan wilayah.

Maka dari itu dapat disimpulkan dari hasil wawancara dengan peneliti bahwa Sertifikasi halal memainkan peran penting dalam dunia bisnis makanan, terutama bagi para penjual yang ingin memastikan produk mereka sesuai dengan syariat Islam. Menurut Ibu Sundari, sertifikasi halal memberikan jaminan bahwa produk yang dijual telah diproses sesuai dengan prinsip-prinsip agama, yang meningkatkan kepercayaan konsumen dan memberikan kenyamanan dalam memilih produk. Ibu Sundari juga mengungkapkan bahwa sertifikasi halal berdampak positif terhadap peningkatan penjualan, karena produk yang bersertifikat halal lebih dipercaya oleh konsumen, terutama yang memperhatikan aspek kehalalan.

Namun, Ibu Sundari juga mencatat beberapa tantangan dalam mendapatkan sertifikasi halal, seperti proses yang memerlukan waktu dan biaya yang cukup besar, serta kebutuhan untuk mematuhi berbagai persyaratan yang ketat, baik dalam hal bahan baku maupun proses produksi. Meskipun demikian, ia percaya bahwa proses ini sangat bermanfaat untuk membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan kualitas produk.

Lebih jauh, Ibu Sundari melihat sertifikasi halal sebagai alat yang efektif untuk memperluas pasar, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga di pasar internasional. Dengan adanya sertifikasi halal, produk yang dijual menjadi lebih mudah diterima oleh konsumen global, terutama di negara-negara dengan mayoritas Muslim, sehingga memberikan keuntungan tambahan dalam hal ekspansi pasar dan peningkatan daya saing produk di pasar global.

## 2. Bisnis Global

Pada awal abad ke-20, hampir seluruh negara yang ada di berbagai belahan dunia mulai mengambil langkah untuk membuka akses perbatasan mereka. Langkah ini diambil sebagai bagian dari upaya negara-negara tersebut untuk meningkatkan daya saing mereka di tingkat global, khususnya dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar internasional. Negara-negara tersebut mulai menyadari pentingnya keterbukaan ekonomi guna memperkuat posisi mereka di kancah perdagangan dunia<sup>10</sup>.

Dalam perekonomian Indonesia, Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) didorong harus mampu berkembang sampai ke pasar global bukan hanya di skala nasional saja. Strategi merupakan hal yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Dengan memilih strategi yang tepat pada posisi perusahaan tertentu, akan membuat sebuah perusahaan memiliki keunggulan kompetitif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi apa yang paling tepat yang harus diambil sebagai UMKM dalam menghadapi persaingan Bisnis Global . organisasi dalam keadaan kondisi kuat sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi membuka cabang ke negara-negara yang akan dituju, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

---

<sup>10</sup> Hamonangan, Iskandar. 2020. "Pasar, Tata Kelola Dan Hubungan Transnasional Di Era Globalisasi Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Politik Dunia." *Jurnal Ketahanan Nasional* 26(1): 55.  
doi:10.22146/jkn.52695

Kegiatan bisnis yang melibatkan interaksi dan transaksi di luar batas-batas nasional, serta terhubung secara global dalam aspek kultural, politik, dan ekonomi, merupakan inti dari bisnis internasional. Bisnis internasional berperan dalam menghilangkan hambatan-hambatan yang ada dalam komunikasi dan perdagangan antarnegara, menciptakan jaringan yang saling terhubung di seluruh dunia. Melalui perkembangan ini, perekonomian global bertransformasi menjadi sebuah sistem terpadu yang saling bergantung, di mana setiap negara dan ekonomi memiliki keterkaitan yang erat satu sama lain<sup>11</sup>.

Bisnis global memiliki beberapa karakteristik utama, antara lain: pertama, bisnis dilakukan oleh individu atau entitas dari satu negara yang berinteraksi dengan individu atau entitas dari negara lain, berdasarkan kesepakatan bersama yang saling menguntungkan. Kedua, terdapat pemisahan antara pembeli dan penjual yang beroperasi di wilayah yang berbeda, yakni terpisah oleh batas-batas negara. Ketiga, barang yang diperdagangkan harus dikirim atau diangkut antarnegara dan harus mematuhi persyaratan serta peraturan yang ditetapkan oleh otoritas pabean masing-masing negara. Keempat, kegiatan bisnis global terjadi karena adanya perbedaan dalam keunggulan-keunggulan yang dimiliki masing-masing negara, seperti keunggulan absolut, keunggulan komparatif, dan keunggulan bersaing nasional, yang memungkinkan perdagangan internasional berlangsung secara efisien. Kelima, terdapat perbedaan yang signifikan antara negara-negara, seperti perbedaan bahasa, mata uang, sistem hukum, dan lainnya, yang mempengaruhi cara bisnis dijalankan di pasar global<sup>12</sup>.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat besar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti dapat bertahan menghadapi krisis ekonomi. Namun, untuk mencapai kesuksesan jangka panjang, UMKM didorong untuk tidak hanya fokus pada pasar nasional, tetapi juga untuk memperluas jangkauannya ke pasar global. Pengembangan strategi yang tepat sangat penting dalam mencapai keunggulan kompetitif di pasar global. Strategi yang efektif memungkinkan perusahaan untuk berkembang, membuka cabang di negara lain, serta memperbesar pertumbuhan dan mencapai kemajuan yang maksimal.

Dalam konteks bisnis global, kegiatan ekonomi yang melibatkan transaksi antarnegara menjadi sangat penting. Bisnis global berfungsi untuk menghilangkan hambatan komunikasi dan perdagangan antarnegara, serta menciptakan jaringan ekonomi

---

<sup>11</sup> Koku, P.S. 1997. "The Impact of Strategic Name Change on Student Enrollment In Colleges and Universities." *Journal of Marketing for Higher Education* 2(2): 53–71

<sup>12</sup> Ibid.,

yang saling terhubung di seluruh dunia. Perekonomian global kini telah berkembang menjadi sebuah sistem yang saling bergantung, di mana setiap negara dan ekonomi memiliki hubungan yang erat satu sama lain.

Adapun karakteristik utama dari bisnis global mencakup interaksi antara negara-negara yang terpisah oleh batas geografis, dengan pemenuhan persyaratan dan peraturan pabean antarnegara. Kegiatan bisnis ini juga dipengaruhi oleh perbedaan keunggulan yang dimiliki oleh setiap negara, serta perbedaan dalam bahasa, mata uang, dan sistem hukum. Oleh karena itu, penting bagi UMKM Indonesia untuk memahami karakteristik bisnis global dan merancang strategi yang tepat untuk bersaing di pasar internasional, guna meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar mereka.

### 3. Produk Halal

Di Indonesia, status kehalalan suatu produk diatur dan diputuskan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Komisi Fatwa MUI. Komisi ini terdiri dari para ulama yang mewakili berbagai organisasi massa Islam, sehingga keputusan yang diambil mencerminkan pandangan agama yang luas. MUI berfungsi sebagai lembaga yang independen dan bukan bagian dari pemerintah, namun memiliki otoritas dalam menetapkan norma-norma hukum terkait dengan kehalalan produk. Fatwa halal yang dikeluarkan oleh MUI kemudian dituangkan dalam bentuk sertifikat halal, yang menjadi bukti sah bahwa produk tersebut memenuhi kriteria kehalalan yang telah ditetapkan. Lembaga ini telah diakui secara luas oleh masyarakat Indonesia, khususnya oleh umat Islam serta pelaku usaha, yang memahami pentingnya sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh MUI sebagai jaminan kehalalan produk yang mereka konsumsi atau jual<sup>13</sup>.

Industri yang bergerak dalam bidang produksi makanan dan minuman memiliki peran yang sangat signifikan dalam memberikan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia. Sektor ini tidak hanya memberikan dampak positif dari segi pendapatan nasional, tetapi juga menciptakan banyak peluang kerja bagi masyarakat. Seiring dengan berkembangnya industri ini dan semakin besar kontribusinya terhadap perekonomian, kesadaran masyarakat mengenai pentingnya memilih dan mengonsumsi produk makanan serta minuman yang halal juga semakin meningkat. Hal ini menunjukkan adanya perubahan dalam pola pikir konsumen, di mana mereka kini lebih memperhatikan aspek

---

<sup>13</sup> Sappeami, Sappeami, and Baharuddin Baharuddin. 2024. "Pengamalan Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Usaha Kuliner Di Alun-Alun Dan Pantai Bahari Polewali Mandar." *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam* 9(1): 63. doi:10.35329/jalif.v9i1.4873

kehalalan dalam setiap produk yang mereka konsumsi, baik dari segi proses produksi maupun bahan-bahan yang digunakan<sup>14</sup>.

Perkembangan pasar yang berkaitan dengan konsumen Muslim di seluruh dunia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena gaya hidup halal kini tidak hanya ditemukan di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim, tetapi juga mulai merambah ke negara-negara yang mayoritas penduduknya non-Muslim. Hal ini mencerminkan adanya perubahan pola konsumsi global yang semakin mengakui pentingnya prinsip-prinsip halal. Bahkan perusahaan-perusahaan besar berskala internasional, termasuk maskapai penerbangan ternama seperti Japan Airlines, Singapore Airlines, Qantas, dan American Airlines, kini telah menyediakan pilihan menu halal bagi para penumpang mereka. Langkah ini diambil sebagai respons terhadap kebutuhan dan permintaan yang semakin tinggi akan produk halal, yang menunjukkan bagaimana industri global semakin mengakomodasi preferensi konsumen Muslim<sup>15</sup>.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memberikan dampak positif dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Bagi konsumen, sertifikasi halal tidak hanya memberikan perlindungan dan jaminan, tetapi juga menyajikan informasi yang jelas tentang kehalalan produk, yang sekaligus berfungsi sebagai instrumen etika bisnis. Di sisi lain, bagi para pelaku usaha, sertifikasi halal memberikan berbagai keuntungan, seperti meningkatkan kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya berdampak pada peningkatan omset penjualan. Sertifikasi halal juga membantu memperluas jangkauan pasar produk di masyarakat, serta memberikan keunggulan kompetitif melalui Unique Selling Point (USP), yang membuat produk lebih dihargai oleh konsumen. Dengan demikian, sertifikasi halal berperan penting dalam membuka peluang bagi produk untuk meraih pasar halal global, sekaligus meningkatkan posisi kompetitif perusahaan di pasar domestik maupun internasional<sup>16</sup>.

Dalam konteks perdagangan di Indonesia, sangat penting bagi setiap pelaku usaha untuk memastikan bahwa produk yang mereka jual memenuhi standar kehalalan melalui penerbitan sertifikasi halal. Sertifikasi halal memiliki peranan yang sangat vital, karena

---

<sup>14</sup> Makanan, Industri, and D A N Minuman. 2023. "Implikasi Sertifikat Halal Dalam Manajemen Bisnis." 11(02): 3025–8421.

<sup>15</sup> Muhamad, Muhamad. 2020. "Tantangan Dan Peluang Penerapan Kebijakan Mandatory Sertifikasi Halal (Studi Implementasi Uu No. 33 Th. 2014 Dan Pp No. 31 Th. 2019)." *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam* 2(2): 1–26. doi:10.24239/jiebi.v2i2.29.1-26

<sup>16</sup> Tahliani, Hani, and Rizal Renaldi. 2023. "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan." *Syar'ie : Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam* 6(1): 1–12. doi:10.51476/syarie.v6i1.444.

sertifikat ini tidak hanya berfungsi sebagai legalitas yang mengizinkan produk beredar di pasaran, tetapi juga menjadi bukti yang sah bahwa produk tersebut telah diakui kehalalannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Penelitian ini bertujuan untuk menggali sejauh mana kesadaran pelaku usaha terkait pentingnya sertifikasi halal dalam mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka perdagangkan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang dapat menghambat pelaku usaha dalam mengajukan permohonan sertifikasi halal, serta menawarkan solusi untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut guna memastikan proses sertifikasi berjalan lancar dan konsumen tetap memperoleh jaminan atas kehalalan produk. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, penulis melakukan wawancara dengan lima pelaku usaha untuk mengukur tingkat kesadaran mereka mengenai pentingnya sertifikasi halal dan untuk mengetahui apakah mereka telah mengajukan permohonan sertifikasi halal sebagai langkah untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka tawarkan<sup>17</sup>.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal di Indonesia, yang diatur oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk makanan. MUI, melalui Komisi Fatwa, mengeluarkan fatwa halal yang kemudian dituangkan dalam bentuk sertifikat halal sebagai bukti sah bahwa suatu produk memenuhi kriteria kehalalan yang telah ditetapkan. Sertifikasi halal ini diakui luas oleh masyarakat Indonesia, khususnya umat Islam dan pelaku usaha, sebagai jaminan kehalalan produk yang dikonsumsi atau diperdagangkan.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa sertifikasi halal memberikan dampak positif yang signifikan bagi daya saing perusahaan. Bagi konsumen, sertifikasi halal memberikan perlindungan dan jaminan kehalalan, serta berfungsi sebagai instrumen etika bisnis. Sementara bagi pelaku usaha, sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan omset penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan keunggulan kompetitif melalui Unique Selling Point (USP). Sertifikasi halal juga membuka peluang produk untuk memasuki pasar halal global, yang meningkatkan posisi kompetitif baik di pasar domestik maupun internasional.

---

<sup>17</sup> Samarinda, Usaha. 2024. "Nomos : Jurnal Penelitian Ilmu Hukum Menjaga Kepercayaan Konsumen Melalui Sertifikasi Halal Oleh Pelaku." 4(3): 97-105.

Penelitian ini juga menyoroti pentingnya kesadaran pelaku usaha dalam memastikan produk mereka memiliki sertifikasi halal. Sertifikasi ini tidak hanya berfungsi sebagai legalitas produk yang beredar di pasaran, tetapi juga sebagai bukti sah bahwa produk tersebut memenuhi standar kehalalan. Namun, terdapat beberapa faktor yang dapat menghambat pelaku usaha dalam mengajukan sertifikasi halal, yang perlu diidentifikasi dan diatasi untuk memastikan proses sertifikasi berjalan dengan lancar dan konsumen tetap memperoleh jaminan atas kehalalan produk. Dengan demikian, penelitian ini menekankan pentingnya pelaku usaha untuk memahami dan memanfaatkan sertifikasi halal sebagai langkah strategis untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan konsumen serta meraih daya saing di pasar yang semakin global.

## **KESIMPULAN**

Sertifikasi halal memainkan peran yang sangat penting dalam membantu bisnis lokal untuk lebih bersaing di pasar global. Studi kasus yang dilakukan di Pasar Pakong, Pamekasan, menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar, baik di tingkat domestik maupun internasional. Namun, untuk memastikan lebih banyak pelaku usaha, terutama usaha kecil dan menengah, dapat memanfaatkan sertifikasi halal, dibutuhkan kebijakan yang mendukung agar proses sertifikasi lebih mudah diakses. Pemerintah dan lembaga terkait harus memberikan dukungan yang lebih besar dalam hal edukasi, pendampingan, serta penyederhanaan prosedur sertifikasi halal, sehingga potensi pasar global yang luas dapat dimaksimalkan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adiba, Elfira Maya, and Faizal Amir. 2024. "Membangun Mindset Bisnis Halal Melalui Kesadaran Halal Untuk UMKM Sektor Kuliner." *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)* 5(3): 489–99. doi:10.33474/jp2m.v5i3.21881.
- Agus, Panji Adam. 2017. "Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 1(1): 150–65. doi:10.29313/amwaluna.v1i1.2172.
- Fitri, Zusi Eka, and Aji Jumiono. 2021. "Sertifikasi Halal Produk Olahan Pangan." *Jurnal Ilmiah Pangan Halal* 3(2): 1–7. doi:10.30997/jiph.v3i2.9676.
- Hadi Mustofa, Bagus, and Luhur Prasetyo. 2024. "Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Sertifikasi Halal Di Kabupaten Ponorogo." *Istithmar* 7(2): 159–72. doi:10.30762/istithmar.v7i2.716.
- Hamonangan, Iskandar. 2020. "Pasar, Tata Kelola Dan Hubungan Transnasional Di Era

- Globalisasi Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Politik Dunia.” *Jurnal Ketahanan Nasional* 26(1): 55. doi:10.22146/jkn.52695.
- Ibrahim, Hendra, and Nisya Fauziah. 2023. “Peran Dan Strategi Peningkatan Sertifikasi Halal Dalam Ekspor Produk Halal Di Pasar Internasional.” *Jurnal Minfo Polgan* 12(2): 2567–71. doi:10.33395/jmp.v12i2.13311.
- Khotimah, Ulfa Khusnul, Tantry Widianarti, Shinta Aulia Sari, Silfiah Fauziah, Siti Nurbaiti, Komunikasi Antar Budaya, and Hubungan Internasional. 2024. “Komunikasi Antar Budaya Di Era Globalisasi : Tantangan Dan Peluang.” 1(3): 1–8.
- Koku, P.S. 1997. “The Impact of Strategic Name Change on Student Enrollment In Colleges and Universities.” *Journal of Marketing for Higher Education* 2(2): 53–71.
- Makanan, Industri, and D A N Minuman. 2023. “Implikasi Sertifikat Halal Dalam Manejemen Bisnis.” 11(02): 3025–8421.
- Muhamad, Muhamad. 2020. “Tantangan Dan Peluang Penerapan Kebijakan Mandatory Sertifikasi Halal (Studi Implementasi Uu No. 33 Th. 2014 Dan Pp No. 31 Th. 2019).” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam* 2(2): 1–26. doi:10.24239/jiebi.v2i2.29.1-26.
- Samarinda, Usaha. 2024. “Nomos : Jurnal Penelitian Ilmu Hukum Menjaga Kepercayaan Konsumen Melalui Sertifikasi Halal Oleh Pelaku.” 4(3): 97–105.
- Sappeami, Sappeami, and Baharuddin Baharuddin. 2024. “Pengamalan Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Usaha Kuliner Di Alun-Alun Dan Pantai Bahari Polewali Mandar.” *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam* 9(1): 63. doi:10.35329/jalif.v9i1.4873.
- Sitakar, Beny, Ayu Andini, Nadya Dewi Anggita, and Suhairi Suhairi. 2024. “Langkah-Langkah Indonesia Dalam Menghadapi Tantangan Global Dalam Bidang Ekonomi.” *Jurnal Minfo Polgan* 12(2): 2767–76. doi:10.33395/jmp.v12i2.13384.
- Tahliani, Hani, and Rizal Renaldi. 2023. “Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan.” *Syar'ie : Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam* 6(1): 1–12. doi:10.51476/syarie.v6i1.444.