

PROSES EDUKASI SERTIFIKASI HALAL FOOD PRODUCTION DI UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

Wisnu Uriawan¹, Diva Nur Wulandari², Lailatul Mahfiroh³

UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Email:

[¹wisnu.uriawan@insa-lyon.fr](mailto:wisnu.uriawan@insa-lyon.fr), [²wulandarinurdiva@gmail.com](mailto:wulandarinurdiva@gmail.com),

[³lailatulmahfiroh77@gmail.com](mailto:lailatulmahfiroh77@gmail.com).

Abstract

This study examines the educational process of halal certification in food production at the State Islamic University (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung. Halal certification has an important role in ensuring product compliance with Islamic law, increasing consumer confidence, and opening market opportunities for micro, small and medium enterprises (MSMEs). Using a descriptive qualitative method, this study describes the educational strategies implemented, including technical training, certification process simulations, and public awareness campaigns. The results show that the interactive education approach improves producers' understanding of halal standards and encourages better implementation in the production process. In addition, the presence of halal certification also increases consumer loyalty to certified products. The main challenges faced are the low level of understanding of MSMEs on certification procedures and limited access to supporting facilities. This study emphasises the importance of collaboration between the government, certification bodies and educational institutions in supporting the development of a sustainable halal ecosystem. The findings are expected to serve as a reference to strengthen Indonesia's position as the centre of the global halal industry.

Keywords: Halal Certification, Halal Education, MSMEs, Consumer Trust.

Abstrak

Penelitian ini mengkaji proses edukasi sertifikasi halal pada produksi makanan di Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung. Sertifikasi halal memiliki peran penting dalam memastikan kepatuhan produk terhadap syariat Islam, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta membuka peluang pasar bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini memaparkan strategi edukasi yang diterapkan, termasuk pelatihan teknis, simulasi proses sertifikasi, dan kampanye kesadaran publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan edukasi interaktif meningkatkan pemahaman produsen tentang standar halal dan mendorong implementasi yang lebih baik dalam proses produksi. Selain itu, keberadaan sertifikasi halal juga meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk bersertifikat. Tantangan utama yang dihadapi adalah rendahnya tingkat pemahaman UMKM tentang prosedur sertifikasi dan akses terbatas ke fasilitas pendukung. Penelitian ini menegaskan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, lembaga sertifikasi, dan institusi pendidikan dalam mendukung pengembangan ekosistem halal yang berkelanjutan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat industri halal global.

Kata Kunci: Sertifikasi Halal, Edukasi Halal, UMKM, Kepercayaan Konsumen

PENDAHULUAN

Gaya hidup halal global yang meliputi konsumsi produk halal, pakaian wanita muslim, dan perdagangan halal telah menjadi tren di kalangan konsumen Indonesia (Widyaningrum et al., 2022). Cara hidup seperti ini tidak hanya didasarkan pada kewajiban agama, tetapi juga pada manfaat dan kualitas yang ditawarkannya. Indonesia mempunyai potensi besar sebagai pasar produk halal, baik sebagai konsumen maupun produsen. Hal ini memberikan peluang bagi UMKM untuk berpartisipasi, dengan jumlah sekitar 1,6 jutaan usaha kecil di bidang pangan (BPJPH, 2019).

Sertifikasi halal penting bagi UMKM karena meningkatkan persaingan, kepuasan pelanggan dan membuka peluang usaha baru, sesuai dengan UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Gunawan et al., 2021). Sertifikasi ini juga merupakan bagian dari Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) untuk mendorong pertumbuhan ekonomi UMKM di industri pertanian pangan (Riani et al., 2023). Mulai Oktober 2024 akan bersertifikat halal menjadi wajib bagi seluruh produk pangan yang diperdagangkan di Indonesia, termasuk bahan pangan, produk penyembelihan, dan jasa terkait (Ahmadiyah et al., 2022). Pentingnya sertifikasi halal terletak pada memastikan kepatuhan terhadap syariat Islam dan meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama di tengah kekhawatiran terhadap kualitas produk pangan di Bandung, seperti penggunaan produk non-halal (Nurwandri et al., 2023). Bahkan label halalnya sudah teruji mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen khususnya bagi umat Islam (Nurwandri et al., 2023). Namun, meski potensinya besar, hanya 1% dari 65 juta UMKM di Indonesia yang memiliki sertifikasi halal, hal ini disebabkan kurangnya pemahaman dan sosialisasi mengenai tata cara pengajuannya (Nurwandri, 2023). Kegiatan dukungan sertifikasi halal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan bimbingan kepada UMKM akan pentingnya sertifikasi halal, meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pangsa pasar. Dengan pengetahuan yang lebih baik, diharapkan UMKM di Kota Bandung lebih siap menghadapi proses sertifikasi dan meningkatkan daya saing produknya.

Dalam ajaran Islam memiliki aturan-aturan dan cara-cara tersendiri dalam mengkonsumsi serta menggunakan suatu produk atau biasa disebut dengan istilah halal. Halal berasal dari kata bahasa Arab yang artinya ,melepaskan' atau ,tidak terikat'. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Islam sebagai agama, juga menjadi jalan hidup bagi setiap penganutnya yang mengatur segala aspek kehidupan. Syariat Islam tidak hanya mengatur aspek ibadah (hubungan antara manusia dengan Allah) namun juga mengatur aspek muamalah (hubungan antara manusia dan sesamanya). Isu syariah saat ini lebih banyak disorotkan dalam konteks ilmu keuangan, pemahaman atas syariat Islam tidak hanya penting bagi ilmu keuangan saja namun juga pada aspek makroekonomi dan gaya hidup.

Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ

مُبِينٌ ١٦٨

Artinya : Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (QS. Al Baqarah : 168)

Dalil diatas merupakan dasar hukum perintah bagi setiap muslim untuk hanya mengkonsumsi barang dan jasa yang halal saja, serta menghindari semua barang maupun jasa yang haram dan meragukan. Sebagai aplikasi dari perintah tersebut, industri halal merupakan pengembangan dari konsep industri konvensional dengan menambahkan aspek kepatuhan syariat Islam dalam mendesain perilaku gaya hidup halal atau Islami.

Sebagian orang beranggapan bahwa syariat Islam mengekang kreativitas karena banyak hal-hal yang dilarang. Sebenarnya apa yang dihalalkan oleh Allah jauh lebih banyak daripada apa saja yang dilarang oleh-Nya. Berdasarkan dalil-dalil dari Al-Qur'an dan As-Sunnah, para ulama' telah merumuskan kaidah bahwa hukum asal dari muamalah adalah boleh kecuali bila ada dalil yang mengharamkannya. Sesuai dengan kaidah fikih.

Terlebih lagi segmen konsumen muslim di Indonesia yang memiliki kepedulian tinggi terhadap kehalalan barang dan jasa yang mereka konsumsi saat ini berkembang dengan pesat. Tidak berbeda dengan konsumen pada umumnya, segmen konsumen ini sama-sama menginginkan produk yang berkualitas, namun mereka juga menuntut produk yang mereka konsumsi untuk turut mematuhi aturan-aturan syariat yang telah ditetapkan. *The Halal Journal* pada tahun 2008 mengestimasi total nilai industri barang dan jasa yang menggunakan halal appeal ini, seperti: tourism dan hospitality (hotel syariah dan restoran halal), jasa keuangan (perbankan syariah), kesehatan (tibbon nabawi), kecantikan (kosmetik dan salon muslimah), pendidikan umum, real estate (perumahan syariah) dan toiletries. Tentu produk-produk yang menggunakan halal appeal tersebut harus mempertahankan konsistensi mereka dalam menggunakan pendekatan halal untuk menghindari hilangnya kepercayaan konsumen.

Kesadaran masyarakat terhadap halal kini semakin meningkat. Pemahamannya tidak hanya soal makanan dan minuman untuk dikonsumsi, namun juga menyangkut wisata halal, fashion halal, kosmetika halal dan lainnya. Tidak dapat dinafikan bahwa saat ini halal dalam kehidupan masyarakat menjadi sebuah tren dan kebutuhan. Dengan mengkonsumsi produk halal, menjadikan pribadi manusia dalam keadaan sadar dan bijaksana karena bebas dari alkohol, sehat, bersih (higienis). Jadi esensinya halal bukan sekedar diperbolehkan atau sah menurut hukum Islam tetapi pada saat yang bersamaan juga halal mengandung arti bahwa apa pun yang dilakukan atau dikonsumsi harus barang yang murni, bersih secara higienis, menyehatkan, baik (*tayyib*) dan dapat dibenarkan secara moral.

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa halal sebagai gaya hidup atau pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan atau aktivitas yang halal, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya untuk makan, minum dan kesenangan lainnya secara halal dan bagaimana mengalokasikan waktu juga secara halal. Berbagai hal dapat ditempuh untuk meningkatkan kesadaran konsumen akan penting dan wajibnya mengonsumsi produk halal. Salah satu langkah terbaik adalah memberikan edukasi produk halal kepada konsumen. Edukasi produk halal saat ini tengah digencarkan oleh pemerintah dan para pengembang halal seperti Halal Mart yang ada di kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Proses edukasi masyarakat terhadap produk halal di UIN Bandung dilakukan melalui beberapa strategi yang terintegrasi dengan program-program yang ditawarkan oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan Lembaga Pendamping Proses Halal (LP3H) UIN Bandung. Namun Meskipun UIN Bandung berkomitmen untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya produk halal, masih ada tantangan dalam meningkatkan kesadaran konsumen mengenai manfaat dan keunggulan produk halal. Hal ini dapat mempengaruhi permintaan dan penjualan di Halal Mart.

KAJIAN TEORI

1. Proses Penerapan Edukasi Sertifikasi Halal Pada Produksi Makanan

Sertifikasi halal merupakan langkah penting dalam memastikan bahwa produk makanan memenuhi standar kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Proses ini melibatkan beberapa tahap yang meliputi permohonan, pemeriksaan, dan penerbitan sertifikat halal oleh badan yang berwenang. Berikut adalah penjelasan rinci tentang proses penerapan edukasi sertifikasi halal pada produksi makanan. Prosedur yang pertama yaitu pelaku usaha menyiapkan dokumen permohonan sertifikasi halal, dimana dalam dokumen tersebut berisi data pelaku usaha, nama dan jenis produk, pengolahan produk, daftar produk dan bahan digunakan dan dokumen sistem jaminan produk halal. Pada tahap kedua, yaitu melakukan pendaftaran secara online di <http://ptsp.halal.go.id>. Pada tahap ketiga, kelengkapan dokumen akan diperiksa oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) bekerja selama 2 hari. Setelah itu pada tahap ke empat Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) akan melakukan pemeriksaan dan pengujian kehalalan produk bekerja selama 15 hari. Pada tahap kelima, Lembaga Majelis Ulama Islam (MUI) akan menetapkan kehalalan produk melalui sidang fatwa halal bekerja selama 3 hari. BPJPH akan menerbitkan sertifikasi halal pada pelaku UMKM tersebut bekerja selama satu hari.

Berdasarkan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, sertifikasi halal merupakan pengakuan kehalalan suatu produk yang diterbitkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis dari MUI. Proses sertifikasi perusahaan harus menyiapkan Sistem Jaminan Halal (SJH) yang menjamin produk yang dihasilkan halal. Penerapan sistem jaminan halal harus sesuai dengan ruang lingkup perusahaan. Menurut (Rajagopal, 2011) dan (Bakar, 2016) menyatakan makanan yang memiliki sertifikasi halal memberikan jaminan bahwa makanan telah diproduksi, diolah dan

ditangani dengan aman sesuai petunjuk persyaratan agama. Tidak hanya itu, sertifikasi halal produk makanan bisa dijadikan sebagai alat pemasaran menarik lebih banyak konsumen.



Gambar 1.1 Alur Proses Sertifikasi Halal

2. Efektivitas Metode Edukasi dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen adalah aspek penting dalam hubungan antara bisnis dan pelanggan. Membangun kepercayaan ini sering kali melibatkan strategi edukasi yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana metode edukasi dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian.

Sebelum program edukasi, terdapat produsen memiliki pemahaman yang terbatas mengenai konsep halal, terutama dalam aspek teknis seperti sumber bahan baku, proses produksi, dan persyaratan sertifikasi. Melalui pelatihan dan sosialisasi yang komprehensif, tingkat pengetahuan mereka dapat meningkat signifikan. Edukasi biasanya melibatkan materi yang disampaikan secara teori maupun praktik, sehingga produsen tidak hanya memahami dasar-dasar halal tetapi juga mampu mengidentifikasi potensi risiko di proses produksi mereka. Setelah mengikuti program edukasi, penerapan standar halal oleh produsen biasanya menunjukkan peningkatan. Mereka lebih mampu memastikan pemilihan bahan baku yang halal, mengelola proses produksi yang sesuai dengan prinsip syariah, dan memperbaiki sistem pelabelan. Namun, keberhasilan penerapan ini juga bergantung pada faktor lain seperti dukungan fasilitas, kemudahan akses ke lembaga sertifikasi, dan konsistensi pengawasan.

Produsen menilai program edukasi sangat relevan dan bermanfaat, terutama dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka. Edukasi ini tidak hanya membantu mereka memahami pentingnya standar halal tetapi juga memberikan keuntungan kompetitif di pasar yang semakin peduli pada isu halal. Namun, persepsi ini dapat bervariasi tergantung pada kualitas materi yang disampaikan, kapasitas instruktur, dan metode pelatihan yang digunakan.

Metode edukasi memainkan peran krusial dalam menentukan jumlah produsen yang berhasil mendapatkan sertifikasi halal. Metode yang interaktif, seperti simulasi proses sertifikasi, kunjungan lapangan, atau pendampingan langsung, cenderung lebih efektif dibandingkan dengan metode pasif seperti ceramah. Produsen yang mendapatkan pengalaman langsung lebih siap untuk menghadapi proses audit dan memenuhi persyaratan sertifikasi. Pendekatan berbasis teknologi, seperti modul daring atau aplikasi pendukung, juga dapat memperluas jangkauan edukasi dan mempermudah akses bagi produsen di daerah terpencil.

Penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki peranan yang signifikan dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk di pasar, terutama dalam konteks yang beragam dan global. Sebanyak 80% responden mengungkapkan bahwa keberadaan sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan mereka terhadap produk yang mereka konsumsi. Temuan ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mematuhi prinsip syariah, tetapi juga menciptakan nilai tambah yang substansial melalui berbagai aspek kepercayaan konsumen. Berikut adalah penjelasan rinci untuk setiap aspek tersebut:

a. Persepsi terhadap Keamanan Produk

Sertifikasi halal dianggap sebagai jaminan bahwa produk yang dikonsumsi tidak hanya sesuai dengan prinsip syariah, tetapi juga memenuhi standar keamanan dan kebersihan. Dalam penelitian ini, konsumen menyatakan bahwa label halal memberikan kepastian bahwa produk telah melalui proses yang terjamin keamanannya, mulai dari bahan baku hingga distribusi. Hal ini sangat penting, terutama bagi konsumen yang tinggal di negara-negara non-Muslim atau di daerah dengan regulasi yang longgar terhadap produk makanan dan minuman. Misalnya, proses sertifikasi memastikan bahwa tidak ada bahan haram, seperti alkohol atau daging babi, yang tercampur dalam produk. Selain itu, audit dan pengawasan yang dilakukan oleh lembaga sertifikasi mencakup aspek kebersihan selama proses produksi, sehingga memberikan rasa aman tambahan bagi konsumen (Rahman & Aziz, 2023). Keamanan produk menjadi perhatian utama karena konsumen tidak hanya menginginkan kepatuhan terhadap aturan agama, tetapi juga perlindungan terhadap kesehatan mereka. Dengan demikian, persepsi bahwa produk bersertifikat halal lebih aman dibandingkan produk tanpa sertifikasi menjadi alasan utama meningkatnya kepercayaan konsumen.

b. Kepercayaan terhadap Lembaga Sertifikasi

Keberadaan lembaga sertifikasi halal yang memiliki reputasi internasional, seperti JAKIM (Malaysia), MUI (Indonesia), dan ESMA (*Emirates Authority for Standardization and Metrology*), merupakan faktor penting dalam membangun

kepercayaan konsumen. Lembaga-lembaga ini dikenal dengan prosedur yang ketat, mulai dari pengujian bahan baku, inspeksi fasilitas produksi, hingga audit rantai pasok. Standar sertifikasi yang diterapkan oleh lembaga-lembaga tersebut dianggap lebih kredibel karena mereka mematuhi pedoman global yang diakui oleh komunitas internasional. Sebagai contoh, JAKIM menerapkan standar MS1500:2009 yang mencakup seluruh rantai produksi, mulai dari penyembelihan hewan hingga pengemasan akhir produk. Standar ini diakui di lebih dari 40 negara, sehingga produk yang disertifikasi oleh JAKIM dianggap terpercaya oleh konsumen global (Dinar Standard, 2023). Kepercayaan ini diperkuat oleh transparansi dalam proses sertifikasi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga tersebut. Konsumen mengetahui bahwa produk yang mereka beli telah melewati berbagai tahapan pengujian yang ketat, sehingga tidak ada ruang untuk manipulasi atau pelanggaran. Hal ini membedakan produk bersertifikat halal dari produk lain di pasar, terutama di negara-negara dengan pengawasan regulasi yang lemah.

c. Peningkatan Loyalitas Konsumen

Penelitian ini juga mengindikasikan bahwa sertifikasi halal memiliki peranan yang signifikan dalam membangun loyalitas konsumen. Lebih dari 70% responden mengungkapkan bahwa mereka lebih cenderung memilih produk yang bersertifikat halal dibandingkan dengan produk yang tidak memiliki sertifikasi. Loyalitas ini didasarkan pada keyakinan konsumen bahwa produk halal tidak hanya memenuhi kriteria religius, tetapi juga menawarkan nilai tambah lainnya, seperti keamanan, transparansi, dan keberlanjutan.

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

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

3. Peran Stakeholder dalam Edukasi Sertifikasi Halal pada Produksi Makanan

Pada bulan Oktober 2014, Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) mengesahkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal (UU JPH). Undang-undang ini mengharuskan semua produk yang diproduksi,

dijual, dan didistribusikan di Indonesia untuk memiliki sertifikasi halal. Untuk memastikan pelaksanaan UU JPH, diperlukan peraturan pelaksana. Beberapa di antaranya adalah Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal; Keputusan Menteri Agama Nomor 982 Tahun 2019; serta Peraturan Pemerintah (PP) No. 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. (JPH), 2014).

Ketiga kebijakan regulasi tersebut menguraikan wewenang, tugas, dan tanggung jawab masing-masing stakeholder sesuai dengan UU JPH. Terdapat tiga stakeholder utama yang saling berhubungan dalam industri halal di Indonesia, yaitu Pemerintah, Majelis Ulama Indonesia (MUI), dan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Pertama, Pemerintah melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) memiliki kewenangan untuk mendaftarkan permohonan sertifikasi halal dan menerbitkan sertifikat halal. Selain itu, UU JPH juga menyatakan bahwa BPJPH bertanggung jawab untuk melakukan sosialisasi, edukasi, dan publikasi mengenai produk halal. (Halal, 2021). Kedua, MUI berfungsi sebagai wadah musyawarah bagi para ulama, zuama, dan cendekiawan Muslim. Kerja sama antara BPJPH dan MUI terjalin dalam bentuk sertifikasi auditor halal, penetapan fatwa kehalalan produk, serta akreditasi LPH. Dalam proses penetapan fatwa, keputusan mengenai kehalalan produk diambil oleh MUI dalam sidang Komisi Fatwa. Hasil keputusan tersebut kemudian disampaikan kepada BPJPH sebagai dasar untuk menerbitkan sertifikat halal. Ketiga, LPH adalah lembaga yang berwenang untuk melakukan pemeriksaan dan/atau pengujian terhadap kehalalan produk. Saat ini, terdapat tiga LPH di Indonesia, salah satunya adalah Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI).

Setiap LPH diwajibkan memiliki minimal tiga auditor halal, yaitu individu yang memiliki kemampuan untuk melakukan pemeriksaan kehalalan produk. Tugas auditor halal mencakup memeriksa dan menganalisis bahan, proses pengolahan, sistem penyembelihan, meneliti peralatan, ruang produksi, dan penyimpanan, memeriksa distribusi dan penyajian, menilai sistem jaminan halal, serta melaporkan hasil pemeriksaan dan/atau pengujian kepada LPH.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa lembaga sertifikasi halal memiliki peran strategis dalam mendukung edukasi dan penerapan standar halal. Mereka aktif menyediakan informasi mengenai prosedur dan standar halal kepada berbagai pihak, termasuk produsen, konsumen, dan masyarakat umum, melalui kegiatan seperti seminar, webinar, dan penerbitan panduan halal. Selain itu, mereka juga memberikan pelatihan teknis kepada pelaku usaha, mencakup aspek seperti pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga pelabelan produk, agar dapat memenuhi persyaratan halal. Dalam hal sertifikasi, lembaga ini bertanggung jawab memastikan bahwa produk yang mereka sertifikasi telah sesuai dengan standar halal berdasarkan fatwa dan hukum syariah. Sebagai upaya meningkatkan pemahaman publik, mereka juga rutin mengadakan kampanye kesadaran akan pentingnya konsumsi produk halal.

Pemerintah memainkan peran penting dalam mendukung edukasi halal melalui berbagai kebijakan dan program strategis. Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU No. 33 Tahun 2014) menjadi dasar hukum untuk memastikan bahwa semua produk yang beredar memenuhi standar halal bagi umat Islam. Selain itu, pemerintah bekerja sama dengan lembaga pendidikan dan organisasi untuk menggelar pelatihan serta kampanye kesadaran, seperti dalam peringatan Hari Halal Nasional. Untuk mendukung proses sertifikasi, pemerintah juga membangun infrastruktur yang memadai, termasuk laboratorium halal dan kantor layanan sertifikasi di berbagai daerah. Di sisi lain, subsidi dan insentif diberikan kepada UMKM untuk meringankan biaya sertifikasi, sehingga produk lokal dapat lebih kompetitif di pasar halal global.

Produsen memiliki peran krusial dalam mendukung pengembangan ekosistem halal dengan menunjukkan kepatuhan terhadap standar yang berlaku, terutama melalui pelatihan yang meningkatkan kesiapan mereka dalam proses sertifikasi. Mereka juga berinovasi dalam menciptakan produk-produk baru yang memenuhi kebutuhan pasar halal, baik di tingkat lokal maupun global. Upaya ini disertai dengan sosialisasi yang aktif, seperti mempromosikan status halal produk melalui media sosial, pelabelan yang informatif, dan kampanye langsung kepada konsumen. Selain itu, produsen besar sering berbagi pengalaman dan praktik terbaik mereka dengan UMKM, membantu meningkatkan kualitas serta standar produksi halal di kalangan pelaku usaha kecil.

Kolaborasi antara berbagai pihak menjadi elemen utama dalam mengembangkan ekosistem halal yang kuat dan berkelanjutan. Pemerintah, lembaga sertifikasi, dan asosiasi industri bersinergi untuk merumuskan kebijakan yang mendukung edukasi halal secara menyeluruh. Bersama-sama, mereka juga menyelenggarakan program seperti pelatihan, workshop, dan expo halal yang melibatkan beragam pemangku kepentingan. Selain itu, penguatan infrastruktur dilakukan dengan membangun laboratorium halal, pusat riset, serta platform digital yang mempermudah proses edukasi dan sertifikasi. Di tingkat internasional, kolaborasi ini bertujuan untuk memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat halal dunia melalui partisipasi aktif dalam forum global seperti *World Halal Summit*.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*) yang pada hakikatnya merupakan metode dalam menemukan secara khusus dan realistis tentang apa saja yang terjadi di masyarakat dengan mengadakan penelitian mengenai beberapa permasalahan aktual yang kini tengah berkecamuk dan mengekspresikan di dalam bentuk gejala atau proses sosial.

Selain lapangan, penelitian ini juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*) sebagai pendukung dalam melakukan penelitian, dengan menggunakan berbagai literatur yang ada di perpustakaan yang relevan dengan masalah yang diangkat untuk diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses edukasi tentang sertifikasi halal pada produksi makanan di UIN Sunan Gunung Djati Bandung menunjukkan pentingnya kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga sertifikasi halal, produsen, dan masyarakat umum, untuk mendukung pengembangan ekosistem halal. Sertifikasi halal tidak hanya memastikan kepatuhan terhadap syariat Islam, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen, membuka peluang pasar global, dan mendorong daya saing UMKM.

Hasil penelitian menegaskan bahwa metode edukasi yang interaktif, seperti pelatihan teknis dan simulasi proses sertifikasi, efektif dalam meningkatkan pemahaman produsen mengenai standar halal. Kepercayaan konsumen terhadap produk bersertifikat halal didorong oleh persepsi keamanan produk, reputasi lembaga sertifikasi, dan loyalitas konsumen terhadap produk halal berkualitas.

Meski terdapat tantangan seperti rendahnya tingkat pemahaman UMKM tentang proses sertifikasi, dukungan pemerintah melalui kebijakan, infrastruktur, dan insentif dapat membantu memperkuat ekosistem halal. Dengan adanya sinergi antara berbagai pihak, UIN Sunan Gunung Djati Bandung berperan strategis dalam mendorong kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi produk halal, sekaligus memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat halal global.

PEMBAHASAN

Pentingnya Sertifikasi Halal dalam Ekosistem Makanan Halal

Sertifikasi halal memiliki peran strategis dalam memastikan bahwa produk makanan yang beredar di masyarakat telah memenuhi syariat Islam. Hal ini tidak hanya memberikan kenyamanan bagi umat Islam, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen secara umum terhadap keamanan dan kualitas produk. Di era globalisasi, sertifikasi halal membuka peluang lebih luas untuk ekspansi pasar global, terutama di negara-negara dengan populasi Muslim yang signifikan. Selain itu, sertifikasi halal dapat menjadi pendorong daya saing UMKM, karena menjadi nilai tambah dalam produk yang ditawarkan.

Peran UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam Edukasi Halal

Sebagai institusi pendidikan tinggi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan ekosistem halal, khususnya melalui proses edukasi. Melalui kegiatan seperti pelatihan teknis dan simulasi proses sertifikasi halal, UIN memberikan pemahaman yang mendalam kepada produsen dan pelaku usaha mengenai standar halal. Metode edukasi yang interaktif ini efektif dalam menjelaskan proses sertifikasi yang kadang dianggap rumit oleh UMKM. Dengan demikian, UIN

membantu mengatasi salah satu tantangan utama, yaitu rendahnya tingkat pemahaman pelaku usaha terhadap prosedur sertifikasi halal.

Kepercayaan Konsumen terhadap Produk Halal, Kepercayaan konsumen terhadap produk halal didorong oleh tiga faktor utama:

1. Keamanan Produk: Produk bersertifikat halal diasumsikan telah melalui proses pemeriksaan ketat, sehingga memberikan jaminan keamanan bagi konsumen.
2. Reputasi Lembaga Sertifikasi Halal: Lembaga sertifikasi yang kredibel dan terpercaya menjadi faktor penting dalam membangun keyakinan konsumen terhadap kehalalan produk.
3. Loyalitas terhadap Produk Halal: Konsumen yang memiliki preferensi terhadap produk halal cenderung setia kepada merek-merek yang konsisten menjaga sertifikasi halal mereka.

Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk halal, sertifikasi menjadi simbol kepercayaan yang mampu memperkuat hubungan antara produsen dan konsumen.

Tantangan dan Solusi dalam Pengembangan Ekosistem Halal

Salah satu tantangan utama dalam pengembangan ekosistem halal adalah rendahnya pemahaman UMKM terhadap proses dan manfaat sertifikasi halal. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan:

1. Dukungan Pemerintah: Melalui kebijakan yang mendukung, seperti subsidi biaya sertifikasi, penyediaan infrastruktur, dan insentif bagi UMKM yang bersertifikat halal.
2. Kolaborasi Multi-pihak: Sinergi antara pemerintah, lembaga sertifikasi, akademisi, dan masyarakat umum untuk menciptakan ekosistem yang kondusif.
3. Edukasi Berkelanjutan: Edukasi yang dilakukan secara berkelanjutan melalui program pelatihan, seminar, dan penyuluhan kepada pelaku usaha dan masyarakat luas.

Indonesia sebagai Pusat Halal Global

Dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pusat halal global. Upaya ini memerlukan penguatan ekosistem halal melalui kebijakan strategis, pengembangan sumber daya manusia, dan inovasi dalam produk halal. UIN Sunan Gunung Djati Bandung, melalui pendekatan edukasi yang komprehensif, dapat menjadi salah satu motor penggerak dalam mewujudkan visi ini.

Proses edukasi sertifikasi halal di UIN Sunan Gunung Djati Bandung menunjukkan pentingnya kolaborasi antara berbagai pihak dalam membangun ekosistem halal yang kuat. Dengan dukungan pemerintah, peningkatan pemahaman produsen, dan kepercayaan konsumen, Indonesia berpeluang besar untuk menjadi pemimpin dalam industri halal global. Peran strategis lembaga pendidikan dalam edukasi halal tidak hanya memperkuat posisi Indonesia, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap kesejahteraan umat dan perekonomian nasional.

KESIMPULAN

Proses edukasi sertifikasi halal di UIN Sunan Gunung Djati Bandung menegaskan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, lembaga sertifikasi halal, produsen, dan masyarakat dalam mendukung pengembangan ekosistem halal. Sertifikasi halal berperan strategis dalam memastikan kepatuhan terhadap syariat Islam, meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas peluang pasar global, dan mendorong daya saing UMKM.

Metode edukasi yang interaktif, seperti pelatihan teknis dan simulasi proses sertifikasi, terbukti efektif meningkatkan pemahaman produsen mengenai standar halal. Kepercayaan konsumen terhadap produk halal dipengaruhi oleh keamanan produk, reputasi lembaga sertifikasi, dan loyalitas terhadap merek bersertifikat halal.

Tantangan seperti rendahnya pemahaman UMKM terhadap sertifikasi dapat diatasi dengan dukungan pemerintah melalui kebijakan, penyediaan infrastruktur, dan insentif. Sinergi yang kuat di antara berbagai pihak, termasuk peran strategis UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam edukasi halal, mampu meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi produk halal.

Dengan pendekatan yang terintegrasi, Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pusat halal global, yang tidak hanya memperkuat posisi negara dalam industri halal internasional tetapi juga memberikan dampak positif bagi kesejahteraan umat dan ekonomi nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadiyah, A. S. (2022). Pendampingan Pengurusan Ijin Edar dan Sertifikasi Halal Produk Usaha Mikro dan Kecil. . *Sewagati, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat - LPPM ITS*, 6(3), 390–396.
- Ali, F., Alshammari, M., & Khan, M. I. (2021). Halal certification as a key indicator of consumer trust in global markets. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 765-784. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0102>
- Bakar, N. A. (2016). Abridgment of Traditional Procurement and E-Procurement Definitions, Tools and Benefits. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 4(1), pp. 120-131.
- DinarStandard. (2023). State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024. Dubai Islamic Economy Development Centre
- Gunawan, S. W. (2021). Pendampingan Berkelanjutan Sistem Jaminan Halal Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Direktorat Riset Dan Pengabdian Kepada Masyarakat-DRPM ITS*, 5(1), 8–14.
- Nurwandri, A. M. (2023). Sosialisasi Dan Pendampingan Sertifikasi Produk Halal Bagi Pelaku Umkm Di Desa Air Teluk Hessa, Kecamatan Air Batu, Kabupaten Asahan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan* , 3(3), 60–65.

- Rahman, N. A., & Aziz, N. A. (2023). The impact of halal fraud on consumer trust: Evidence from Malaysia. *Journal of Halal Studies*, 9(1), 25-40.
- Rajagopal, S. R. (2011). Halal Certification Implication for Marketers in UAE. *Journal of Islamic Marketing*, 2(2), pp. 138-153. .
- Riani, A. L. (2023). Sosialisasi Produk dan Sertifikasi Halal Serta Pelatihan Inovasi Produk Bagi UMKM. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 134–142.
- Saputri, O. B. (2020). Pemetaan Potensi Indonesia Sebagai Pusat Industri Halal Dunia. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 5(2), 23-38.
- Sukardi, Rusnathul A, Andi E, Desi R. (2024), Efektivitas Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Of Management*.
- Widyaningrum, R. A. (2022). Peningkatan Pengetahuan UMKM Pangan tentang Produk Pangan Bergizi, Aman, dan Halal. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 401–406.

Newspaper article

- BPJPH. (2019). Produk Halal, Antara Gaya Hidup Dan Sadar Halal. [Http://Halal.Go.Id/Artikel/17](http://Halal.Go.Id/Artikel/17).

Government publication

- Halal, P. P. (2021).
- JPH), U.-U. N. (2014). Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH).
- Peraturan Pemerintah (PP) No. 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH)