



Building a Halal Product Assurance System: The Decision-Making Role of the MUI Fatwa Committee

Yuqdhha Aulia Anwar^{1*}, Lilik Andaryuni¹

¹Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Indonesia

Corresponding Author ✉ Yuqdhhaulia13@gmail.com *

ABSTRACT

Indonesia is a country with a Muslim-majority population, reaching approximately 86.88% of the total population or around 236.59 million people. This fact makes the demand for halal food and beverage products highly essential. The halal status of a product is not only seen as a fulfillment of religious obligations but also as a consumer right to access safe, proper, and faith-compliant products. In this context, the halal label serves as a crucial indicator for Muslim consumers in selecting products for consumption. It is also perceived as a form of transparency from producers and an effective marketing strategy to attract Muslim consumer segments. However, public understanding of the halal label remains limited and is often perceived merely as a symbol, rather than as part of a comprehensive product assurance system. This study aims to examine the extent to which Muslim consumers in Indonesia consider halal aspects when choosing food and beverage products. Furthermore, it seeks to identify public perceptions regarding the importance of halal labeling and to what extent it influences purchasing decisions. The method used in this study is a literature review, by analyzing various literature sources and previous research related to Muslim consumer behavior towards halal labels. The results of this research are expected to provide a comprehensive overview of the role of halal labeling in the consumer decision-making process in Indonesia

Keywords: *Halal Label, Muslim Consumers, Purchase Decisions*

ARTICLE INFO

Article history:

Received

June 28, 2025

Revised

August 11, 2025

Accepted

September 30,
2025

Journal Homepage

<https://ojs.staialfurqan.ac.id/IJoASER/>

This is an open access article under the CC BY SA license

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, yaitu sekitar 86,88% dari total populasi, atau setara dengan kurang lebih 236,59 juta jiwa. Jumlah ini menciptakan pasar konsumen Muslim yang sangat besar dan menjadikan kebutuhan akan produk makanan dan minuman halal sebagai suatu keharusan. Kehalalan suatu produk tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kewajiban agama, tetapi juga menjadi bagian dari hak konsumen untuk memperoleh produk yang aman, layak, dan sesuai dengan keyakinan mereka. (Al Umar et al., 2021) Dalam konteks ini, jaminan terhadap kehalalan produk menjadi aspek krusial, baik dalam menjaga kepatuhan terhadap prinsip syariah maupun dalam meningkatkan daya saing produk di pasar domestik yang mayoritasnya adalah Muslim.

Label halal pada kemasan produk makanan dan minuman menjadi salah satu indikator utama yang memberikan rasa aman dan kenyamanan bagi konsumen dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. Keberadaan label ini dianggap sebagai bentuk transparansi dari produsen terhadap konsumen, sekaligus sebagai strategi pemasaran

yang efektif dalam menjangkau segmentasi pasar Muslim.(Paujiah et al., 2020) Meskipun demikian, pemahaman masyarakat terhadap label halal masih terbatas, khususnya dalam melihatnya sebagai bagian dari sistem pengawasan produk secara menyeluruh, bukan hanya sebagai simbol pada kemasan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana konsumen Muslim di Indonesia memperhatikan aspek kehalalan dalam memilih produk makanan dan minuman. Penelitian ini juga menggunakan metode kepustakaan dalam mencari informasi dan hasil penelitian. Peneliti juga mencari tahu bagaimana pandangan Masyarakat Indonesia terhadap pentingnya label halal pada produk makanan dan minuman serta jauh mana label halal berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui studi pustaka dan wawancara semi-terstruktur.(Prof, Dr. A. Muri Yusuf, n.d.) Data primer diperoleh dari wawancara terhadap sepuluh informan yang merupakan konsumen Muslim dari berbagai latar belakang sosial dan ekonomi di wilayah Samarinda, Kalimantan Timur. Pemilihan informan dilakukan secara purposif untuk mendapatkan pandangan yang beragam mengenai kesadaran dan persepsi terhadap label halal.

Sementara itu, data sekunder dikumpulkan melalui dokumen resmi, literatur ilmiah, serta data statistik dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tematik, yaitu dengan mengelompokkan data berdasarkan tema-tema utama yang muncul dari hasil wawancara dan kajian literatur. Pendekatan ini digunakan untuk menangkap pemahaman mendalam terkait perilaku konsumen Muslim dalam memilih produk makanan dan minuman yang halal.

RESULT AND DISCUSSION

1. Pengertian Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal ialah fatwa yang tertulis berisi terkait pernyataan kehalalan suatu produk berdasarkan syariat Islam. Sertifikasi halal ialah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal yang dilakukan dengan cara beberapa tahapan dan pemeriksaan sehingga dapat dibuktikan terkait bahan baku yang halal yang diterapkan yang sudah sesuai dengan standar LPPOM MUI. Sertifikasi halal menurut MUI ialah suatu proses yang dilakukan dengan beberapa tahapan yang telah ditentukan untuk membuktikan suatu bahan, proses produksi SJH telah memenuhi standar LPPOM MUI hingga dapat diperoleh sertifikat halal itu sendiri. Indonesia salah satu dari beberapa lembaga yang berwenang yakni mengeluarkan sertifikat yang disebut Majelis ulama Indonesia.(M. Guffar Harahap, 2023)

Sertifikasi halal adalah proses untuk mendapatkan sertifikat halal dengan melalui beberapa tahapan pemeriksaan untuk membuktikan bahwa bahan baku, proses produksi, dan sistem jaminan halal produk pada suatu perusahaan sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan (LPPOM MUI 2008). Sertifikasi dilakukan dengan melakukan serangkaian pemeriksaan yang dilakukan oleh auditor yang kompeten dibidangnya untuk kemudian ditetapkan status kehalalannya sehingga tercipta suatu fatwa tertulis yang menyatakan kehalalan produk dalam bentuk sertifikat halal. (Hasan, 2014)

Labelisasi halal adalah pencantuman label atau logo halal pada kemasan produk halal. Label ini berfungsi untuk menunjukkan kepada konsumen bahwa produk tersebut merupakan produk berstatus halal. Lembaga yang berwenang untuk memberikan izin pencantuman label halal adalah Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Sertifikasi dan labelisasi merupakan dua hal yang saling berkaitan. Sertifikat halal yang dikeluarkan oleh MUI menjadi syarat untuk mencantumkan logo atau label halal pada produk. (Faridah Hayyun Durrotul, 2019)

Penandaan halal pada produk di Indonesia menjadi penting mengingat keragaman produk yang beredar, baik lokal maupun impor. Hal ini bertujuan untuk memberikan jaminan kepada konsumen, terutama umat Muslim, bahwa produk yang mereka konsumsi sesuai dengan aturan halal. Dalam konteks ini, sertifikasi halal menjadi proses utama untuk memperoleh sertifikat yang menunjukkan bahwa bahan, proses produksi, dan Sistem Jaminan Halal (SJH) telah memenuhi standar yang ditetapkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM) MUI.

Pasca implementasi Undang-Undang Jaminan Produk Halal Nomor 33 tahun 2014, sertifikasi halal menjadi lebih terdefinisi. Sekarang, pengakuan kehalalan suatu produk dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sebelum adanya UU JPH, sertifikasi halal dilakukan secara sukarela oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang secara teknis ditangani oleh LPPOM. Selain sertifikasi, labelisasi halal juga menjadi penting. Ini mencakup pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk, yang dikelola oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (Badan POM).

Regulasi terkait, seperti Undang-Undang No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan, mengatur kewajiban pencantuman label pada pangan yang dikemas, di mana salah satu unsurnya adalah keterangan tentang halal. Keterangan atau label halal ini menjadi acuan bagi konsumen Muslim dalam memilih dan membeli produk. Dengan adanya sertifikasi halal dan labelisasi produk, diharapkan konsumen dapat lebih percaya dan nyaman dalam memilih produk yang sesuai dengan keyakinan dan kebutuhan mereka, sementara produsen diharapkan dapat meningkatkan transparansi dan kepatuhan terhadap standar halal yang ditetapkan. (Warto & Samsuri, 2020)

2. Peran Komite Fatwa dan Komisi Fatwa MUI Dalam Penetapan Halal

Indonesia memiliki lembaga yang menangani masalah agama Islam, termasuk juga masalah produk halal, yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI). Majelis Ulama Indonesia dibentuk pada tahun 1975 atas inisiatif Presiden Soeharto. Gagasan awal pembentukan MUI adalah sebagai wadah untuk menjalin komunikasi baik antara kalangan umat Islam dengan pemerintah. Lembaga MUI beranggotakan ulama-ulama dari organisasi-organisasi Islam di seluruh Indonesia, seperti Nahdlatul Ulama (NU), Muhammadiyah, Syarikat Islam, dan lain-lain. Lembaga ini bertujuan untuk meningkatkan kegiatan yang berhubungan dengan dakwah Islam dan bagaimana cara mengkoordinasikannya. Selain itu, MUI juga berkeinginan untuk bertindak sebagai konsultan dan perantara antara organisasi yang sudah ada.

Fatwa merupakan salah satu produk hukum Islam. Produktivitas fatwa yang dihasilkan merupakan indikator kemajuan atau kelesuan hukum Islam itu sendiri. Hal ini sudah terbukti pada kilas sejarah masa akhir khalifah Daulah Abbasiyah, meredupnya hukum Islam karena sedikitnya fatwa atau ijtihad baru yang dihasilkan karena merasa tercukupinya atas pendapat-pendapat yang di fatwakan oleh imam mujtahid yang sebelumnya. (Hakim & Agama, 2021)

Pihak yang meminta fatwa tersebut bisa bersifat pribadi, lembaga, maupun kelompok masyarakat. Dengan kata lain, fatwa adalah penjelasan hukum syariat atas berbagai macam persoalan yang terjadi di tengah masyarakat. Fatwa sifatnya seperti ijihad namun lebih spesifik. Fatwa mempunyai kedudukan yang tinggi dalam agama Islam. Fatwa dipandang menjadi salah satu alternatif yang bisa memecahkan kebuntuan dalam persoalan hukum Islam yang semakin berkembang. Fatwa-fatwa mewakili masalah yang relevan dengan kebutuhan masyarakat yang semakin berkembang dan berubah dari waktu ke waktu.

Komisi Fatwa MUI mengeluarkan fatwa dengan melakukan ijihad kolektif. Setiap masalah yang disampaikan kepada Komisi Fatwa dipelajari dengan seksama oleh para anggota komisi atau tim khusus sekurang-kurangnya seminggu sebelum disidangkan. Fatwa menjadi gugur apabila diketahui sudah ada nash-nya dari Al-Qur'an dan Sunnah. Setelah melakukan pembahasan secara mendalam dan komprehensif serta memperhatikan pendapat dan pandangan yang berkembang dalam sidang, Komisi menetapkan keputusan fatwa. Keputusan Fatwa ditandatangani oleh dewan pimpinan dalam bentuk Surat Keputusan Fatwa (SKF). Surat Keputusan Fatwa dirumuskan dengan bahasa yang dapat dipahami dengan mudah oleh masyarakat luas, dengan dicantumkan dasar-dasarnya disertai uraian dan analisis secara ringkas serta sumber pengambilannya. Setiap SKF sedapat mungkin disertai dengan rumusan tindak lanjut dan rekomendasi dan/atau jalan keluar yang diperlukan sebagai konsekuensi dari SKF tersebut.

Salah satu tugas Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah mengeluarkan fatwa-fatwa mengenai tentang pangan, obat, dan kosmetika. Peserta sidang fatwa dalam kategori ini terdiri dari anggota Komisi Fatwa bersama anggota Lembaga Pengkajian Pangan, Obat dan Kosmetika (LPPOM) MUI. Anggota LPPOM hanya melaporkan hasil penemuan mereka tentang produk-produk pangan, sedangkan penetapan halal dikeluarkan oleh Komisi Fatwa.

Komisi Fatwa MUI bertanggung jawab atas penentuan hukum syariah terkait dengan produk-produk tersebut. Mereka melakukan ijihad kolektif untuk mengeluarkan fatwa tentang kehalalan atau keharaman suatu produk. Fatwa yang dikeluarkan oleh Komisi Fatwa MUI menjadi acuan bagi masyarakat dalam menentukan kehalalan suatu produk. Dengan demikian, Komite Fatwa dan Komisi Fatwa MUI bekerja sama dalam proses penetapan halal, di mana Komite Fatwa memberikan rekomendasi kepada Komisi Fatwa untuk mempertimbangkan dalam pengambilan keputusan fatwa tentang kehalalan suatu produk. (Pengajar et al., 2015)

3. Kriteria Sistem Jaminan Halal

A. Komitmen dan tanggung jawab

Dalam penetapan prosedur jaminan halal bagi Komite Fatwa MUI, komitmen dan tanggung jawab menjadi sangat penting. Komite ini bertanggung jawab untuk memastikan bahwa prosedur yang digunakan dalam penelitian dan evaluasi produk untuk kehalalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Komitmen mereka terhadap integritas dan keakuratan proses penelitian akan menjamin bahwa fatwa yang dikeluarkan oleh MUI memiliki otoritas dan dapat dipercaya oleh masyarakat. Ini juga mencakup komitmen

untuk terus memperbarui prosedur mereka sesuai dengan perkembangan terbaru dalam ilmu pengetahuan dan teknologi serta kebutuhan masyarakat.¹

B. Bahan yang digunakan

Makanan adalah suatu kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh setiap manusia untuk keberlangsungan hidupnya, sehingga memerlukan pengolahan yang baik dan benar. Kebutuhan ini di atur dalam Islam dengan semboyan "halalan thoyyiban". Dengan begitu umat Islam sangat peka dengan aturan makanan. Sebagaimana ditegaskan dalam al-Qur'an bahwa makanan yang haram adalah babi, bangkai, darah, alkohol, hewan yang disembelih tidak sesuai syariat, dan makanan yang tidak thayyib. Akan tetapi, keharaman yang sedikit itu dilihat pada zaman sekarang dengan berkembangnya alat teknologi pangan dan zat-zat adatif maka semakin banyak dan tidak terhingga. Untuk itu, harus ada pegangan yang kuat untuk menjelaskan makanan yang Halalan Thoyyiban. Sesuai dengan firman Allah Swt dalam surat al-Baqarah 168: *"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"*

Bahan yang digunakan dalam produk halal, haruslah memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Beberapa kriteria umum yang harus dipenuhi oleh bahan tersebut termasuk: alam proses penetapan kehalalan produk, bahan-bahan yang digunakan dapat dikelompokkan menjadi beberapa kategori sesuai dengan peran dan penggunaannya.

Berikut adalah penjelasan secara detail mengenai setiap kategori bahan:

1. Bahan Baku (Raw Material): Merupakan bahan utama yang digunakan untuk membuat produk. Contohnya dalam industri makanan, tepung, gula, daging, dan minyak adalah beberapa contoh bahan baku.
2. Bahan Tambahan (Additive): Merupakan bahan tambahan yang digunakan untuk meningkatkan sifat produk, seperti rasa, warna, atau daya simpan. Contohnya adalah pengawet, pewarna, dan pemanis.
3. Bahan Penolong (Processing Aid): Merupakan bahan yang digunakan untuk membantu dalam proses produksi, namun tidak menjadi bagian dari komposisi produk yang akhir. Contohnya adalah pelarut atau agen anti-klomp.
4. Kemasan yang Kontak Langsung dengan Produk: Merupakan bahan kemasan yang langsung bersentuhan dengan produk. Kemasan ini harus dipastikan halal, seperti botol plastik atau kertas pembungkus makanan.
5. Sanitizer dan Bahan Pembersih: Merupakan bahan yang digunakan untuk membersihkan fasilitas dan peralatan produksi yang

¹ Indonesia (3), Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang Tentang Jaminan Produk Halal, (Jakarta: Sekretariat Komisi VIII DPR RI, 2011), hlm. 5.

bersentuhan dengan bahan dan produk. Pembersih ini juga harus dipastikan halal.

Media Validasi Hasil Pencucian: Merupakan bahan yang digunakan untuk memvalidasi kebersihan fasilitas produksi setelah proses pencucian. Bahan Produk Halal merupakan semua barang atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimia, produk biologi, produk rekayasa genetika serta barang gunaan yang dipakai, digunakan atau dimanfaatkan oleh masyarakat yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. (Islami, 2022)

6. ini juga harus dipastikan halal karena bisa bersentuhan langsung dengan produk.

C. Proses Produk Halal

1. Penggunaan bahan baru untuk produk yang sudah disertifikasi: Ini melibatkan penggunaan bahan baru dalam produk yang sudah memiliki sertifikasi. Langkah ini harus memastikan bahwa bahan-bahan baru ini juga memenuhi standar yang diperlukan untuk mempertahankan sertifikasi produk.
2. Formulasi dan Pengembangan Produk: langkah di mana formulasi produk dikembangkan atau disesuaikan sesuai dengan kebutuhan atau permintaan pasar. Proses ini harus memperhitungkan kepatuhan terhadap standar sertifikasi yang relevan.
3. Pemeriksaan Bahan yang Masuk: Sebelum bahan digunakan dalam produksi, mereka harus diperiksa untuk memastikan bahwa mereka memenuhi standar kualitas yang ditetapkan dan sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan untuk mempertahankan sertifikasi produk.
4. Produksi: tahap di mana produk sebenarnya diproduksi. Proses produksi harus sesuai dengan prosedur standar yang telah ditetapkan untuk memastikan kepatuhan terhadap sertifikasi produk.
5. Pencucian Fasilitas Produksi : Setelah produksi selesai, fasilitas produksi harus dibersihkan secara menyeluruh untuk menghilangkan residu dan memastikan lingkungan produksi steril dan aman untuk produksi selanjutnya.
6. Penyimpanan Bahan dan Produk: Setelah diproduksi, bahan baku dan produk jadi harus disimpan dengan aman dan sesuai dengan persyaratan penyimpanan yang telah ditetapkan untuk mempertahankan kualitas dan keamanan produk.
7. Transportasi Bahan dan Produk: Proses transportasi bahan mentah dan produk jadi harus dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan bahwa tidak ada kerusakan atau kontaminasi yang terjadi selama perjalanan, sehingga produk tetap memenuhi standar sertifikasi yang relevan. (Ena et al., n.d.)

D. Produk

Produk yang didaftarkan dapat berupa produk retail, non retail, produk akhir atau produk antara (intermediet). Panduan penamaan produk dapat dilihat di sini. Karakteristik/profil sensoris produk tidak boleh memiliki kecenderungan bau atau rasa yang mengarah kepada produk haram. Bentuk produk tidak menggunakan bentuk produk,

bentuk kemasan atau label yang menggambarkan sifat erotis, vulgar atau porno. Khusus untuk produk retail, jika suatu produk dengan merk/brand tertentu didaftarkan, maka semua varian atau produk lain dengan merk/brand yang sama yang dipasarkan di Indonesia harus didaftarkan.

E. Pemantauan dan Evaluasi

Prosedur audit internal dan kaji ulang manajemen merupakan bagian integral dari sistem manajemen perusahaan untuk memastikan kepatuhan terhadap Standar Jaminan Halal (SJH) serta meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen Muslim di wilayah Samarinda memberikan perhatian yang tinggi terhadap label halal pada produk makanan dan minuman. Dari sepuluh informan yang diwawancarai, delapan di antaranya secara konsisten menyatakan bahwa kehadiran label halal menjadi salah satu pertimbangan utama sebelum melakukan pembelian. Hal ini terutama berlaku untuk produk-produk olahan, makanan kemasan, serta produk impor yang bahan bakunya tidak diketahui secara pasti. Informan merasa lebih aman dan yakin saat memilih produk yang memiliki sertifikasi halal resmi dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) atau LPPOM MUI. (Astuti & Hakim, 2021)

Fenomena ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim di Samarinda terhadap pentingnya konsumsi produk yang tidak hanya halal secara zat, tetapi juga secara proses. Para informan, khususnya yang berusia di bawah 35 tahun, menunjukkan perhatian yang lebih besar terhadap isu-isu halal, termasuk dalam aspek traceability (ketelusuran) bahan baku dan proses produksi. Mereka mengungkapkan bahwa kemudahan mengakses informasi melalui media sosial dan platform digital turut mendorong mereka untuk lebih selektif dalam memilih produk konsumsi. Beberapa bahkan menyebut bahwa mereka kerap memverifikasi keaslian label halal melalui aplikasi Halal MUI atau situs resmi BPJPH.

Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan adanya kesenjangan pemahaman di kalangan masyarakat mengenai makna dan fungsi dari label halal itu sendiri. Sebagian informan dari kelompok usia lanjut atau yang memiliki tingkat pendidikan menengah ke bawah mengaku hanya melihat keberadaan logo halal tanpa mengetahui apakah label tersebut resmi atau tidak. Hal ini diperparah dengan masih minimnya informasi publik mengenai proses sertifikasi halal, serta kurangnya edukasi dari produsen terkait kehalalan produk yang dijual di pasaran. Beberapa produk yang beredar di Samarinda bahkan masih menggunakan label halal tidak resmi atau berasal dari lembaga sertifikasi luar negeri yang belum tentu diakui oleh otoritas halal Indonesia.

Selain itu, dalam wawancara ditemukan bahwa beberapa konsumen cenderung berasumsi bahwa produk lokal secara otomatis halal, tanpa melakukan pengecekan lebih lanjut. Hal ini menunjukkan adanya kepercayaan yang besar terhadap produsen lokal, namun juga menimbulkan potensi risiko jika tidak diimbangi dengan pengawasan dan sertifikasi yang ketat. Salah satu informan menyatakan, "Kalau buatan dalam negeri, apalagi buatan rumahan, saya anggap sudah halal. Apalagi kalau yang jual sesama Muslim."

Situasi ini mengindikasikan bahwa edukasi konsumen menjadi aspek yang sangat penting untuk diperkuat, terutama di daerah-daerah yang tidak termasuk wilayah metropolitan seperti Samarinda. Pemerintah daerah, pelaku usaha, dan

lembaga keagamaan memiliki peran strategis dalam menyosialisasikan pentingnya label halal resmi serta memperluas pemahaman masyarakat mengenai kehalalan produk dari segi hukum Islam dan regulasi nasional. Edukasi tidak hanya harus menasar konsumen, tetapi juga produsen kecil dan UMKM agar mereka terdorong untuk mengurus sertifikasi halal resmi yang kini sudah diwajibkan secara bertahap melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Lebih lanjut, ditemukan bahwa mayoritas informan mendukung adanya regulasi wajib halal yang tengah diterapkan pemerintah, namun mereka juga menyoroti perlunya penyederhanaan proses sertifikasi bagi pelaku UMKM. Beberapa pelaku usaha kecil di Samarinda belum memiliki label halal karena kendala biaya, ketidaktahuan prosedur, atau keterbatasan akses informasi. Ini menjadi tantangan tersendiri dalam memastikan seluruh produk makanan dan minuman yang beredar dapat memenuhi standar kehalalan secara menyeluruh.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa meskipun kesadaran masyarakat Muslim di Samarinda terhadap pentingnya label halal tergolong tinggi, masih terdapat tantangan dalam hal pemahaman, edukasi, dan ketersediaan informasi yang lengkap. Peran pemerintah, lembaga sertifikasi, serta masyarakat sipil sangat dibutuhkan untuk mendorong terbentuknya ekosistem produk halal yang tidak hanya legal secara administratif, tetapi juga terpercaya secara spiritual dan fungsional dalam memenuhi kebutuhan konsumen Muslim masa kini.

Temuan ini juga menunjukkan bahwa konsumen Muslim di Samarinda, khususnya generasi muda, semakin kritis dan selektif dalam menelusuri kehalalan suatu produk. Mereka memanfaatkan teknologi digital untuk memverifikasi keaslian label halal dan menelusuri informasi seputar proses produksi. Namun, masih ditemukan kesenjangan pengetahuan di kalangan masyarakat, terutama dari kelompok usia lanjut dan masyarakat dengan akses informasi yang terbatas. Beberapa konsumen masih belum memahami perbedaan antara label halal resmi dan tidak resmi, serta kurang mengetahui proses sertifikasi halal secara menyeluruh.

Selain itu, tantangan juga ditemukan pada aspek produsen, khususnya pelaku usaha mikro dan kecil (UMKM) di Samarinda yang belum seluruhnya memiliki pemahaman atau kemampuan untuk mengurus sertifikasi halal secara resmi. Hal ini menunjukkan pentingnya dukungan dari pemerintah daerah dan lembaga terkait dalam memberikan sosialisasi, pendampingan, dan subsidi proses sertifikasi, agar seluruh lapisan pelaku usaha dapat memenuhi standar halal nasional sesuai amanat Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Dengan mempertimbangkan hasil penelitian ini, disarankan adanya upaya kolaboratif antara pemerintah, lembaga sertifikasi halal, industri, dan organisasi masyarakat untuk meningkatkan literasi halal di masyarakat. Edukasi publik harus ditingkatkan agar konsumen tidak hanya memahami arti penting label halal, tetapi juga mampu mengenali label yang sah dan mengikuti perkembangan regulasi halal di Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di wilayah Samarinda, dapat disimpulkan bahwa label halal memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk persepsi dan perilaku konsumen Muslim terhadap produk makanan dan minuman. Mayoritas informan menunjukkan tingkat kepedulian yang tinggi terhadap keberadaan label halal, yang tidak hanya dipandang sebagai kewajiban religius, tetapi juga sebagai indikator kualitas, keamanan, dan kepercayaan terhadap suatu produk.

Label halal memberikan rasa aman bagi konsumen, terutama dalam memilih produk yang berasal dari luar negeri atau yang memiliki komposisi bahan yang kompleks.

REFERENSI

- Al Umar, A. U. A., Mustofa, M. T. L., Fitria, D., Jannah, A. M., & Arinta, Y. N. (2021). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluausa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 641-647.
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 1-10.
- Ena, S., Simbolon, A., & Hidayat, N. W. (n.d.). *Prosedur dan problematika sertifikasi halal di indonesia*. 2(1), 118-132.
- Faridah Hayyun Durrotul. (2019). Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah Perkembangan, dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*, 2, 68.
- Hakim, Z., & Agama, H. P. (2021). PERAN FATWA MUI SEBAGAI PRODUK HUKUM ISLAM DALAM MASYARAKAT. 24(2), 105-118.
- Hasan, K. S. (2014). Kepastian Hukum Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Produk Pangan. *Jurnal Dinamika Hukum*, 14(2), 227-238. <https://doi.org/10.20884/1.jdh.2014.14.2.292>
- Islami, A. (2022). *Analisis Hukum Islam terhadap Sertifikat Halal pada Produk Makanan*. 5(2), 177-194.
- M. Guffar Harahap. (2023). *Industri Halal Di Indonesia* (p. 75).
- Paujiah, R., Kosim, A. M., & Gustiawati, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 144-163.
- Pengajar, A., Pengajar, T., Islam, H., Hukum, F., & Indonesia, U. (2015). PERUBAHAN KEWENANGAN LEMBAGA-LEMBAGA YANG BERWENANG DALAM PROSES SERTIFIKASI HALAL Iffah Karimah 167. *November*, 107-131.
- Prof, Dr. A. Muri Yusuf, M. P. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan - Prof*.
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>
- Al Umar, A. U. A., Mustofa, M. T. L., Fitria, D., Jannah, A. M., & Arinta, Y. N. (2021). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluausa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 641-647.
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 1-10.
- Ena, S., Simbolon, A., & Hidayat, N. W. (n.d.). *Prosedur dan problematika sertifikasi halal di indonesia*. 2(1), 118-132.
- Faridah Hayyun Durrotul. (2019). Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah Perkembangan, dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*, 2, 68.
- Hakim, Z., & Agama, H. P. (2021). PERAN FATWA MUI SEBAGAI PRODUK HUKUM ISLAM DALAM MASYARAKAT. 24(2), 105-118.
- Hasan, K. S. (2014). Kepastian Hukum Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Produk Pangan. *Jurnal Dinamika Hukum*, 14(2), 227-238. <https://doi.org/10.20884/1.jdh.2014.14.2.292>
- Islami, A. (2022). *Analisis Hukum Islam terhadap Sertifikat Halal pada Produk Makanan*.

5(2), 177-194.

M. Guffar Harahap. (2023). *Industri Halal Di Indonesia* (p. 75).

Paujiah, R., Kosim, A. M., & Gustiawati, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 144-163.

Pengajar, A., Pengajar, T., Islam, H., Hukum, F., & Indonesia, U. (2015). *PERUBAHAN KEWENANGAN LEMBAGA-LEMBAGA YANG BERWENANG DALAM PROSES SERTIFIKASI HALAL Iffah Karimah* 167. *November*, 107-131.

Prof, Dr. A. Muri Yusuf, M. P. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan - Prof.*

Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>