

Implikasi Sertifikat Halal dalam Manajemen Bisnis Industri Makanan dan Minuman

Hartini¹⁾, Malahayatie²⁾

IAIN Lhokseumawe; Email: hartiinii43@gmail.com,

IAIN Lhokseumawe; Email: malahayatie@iainlhokseumawe.ac.id

Abstract

This research discusses the food and beverage industry in Indonesia which has shown significant growth, becoming an important contributor to the GDP of the processing industry. This growth is in line with public awareness of the importance of consuming halal food and drinks, especially with global trends that prioritize halal and thayibban lifestyles. Halal certification is crucial in meeting the demands of consumers who are increasingly concerned about halal products. This certification provides a guarantee that the product has met halal and quality standards, reached a wider market, and gained consumer trust. However, there are still challenges in implementing halal certification as a whole, especially related to the lack of awareness and compliance of business actors. Research shows that halal certification has implications in business management, including its influence on marketing strategy, global market access, and operational efficiency. Sharia business management becomes relevant in this context, organizing business operations based on sharia principles to ensure compliance with the rules and principles established by Islam. By strengthening business management in accordance with sharia principles and utilizing halal certification, business players can increase competitiveness, expand markets, and gain consumer trust, supporting the growth of the halal food and beverage industry in Indonesia and globally. It was found that halal certification has a strategic impact in product marketing, providing global market access, and strengthening the position of business actors. Implementation of sharia business management is also important in ensuring compliance with sharia principles in business operations. Thus, halal certification is the key to entering a wider market and maintaining a competitive advantage in the food and beverage industry.

Keywords: *food, drink, halal certificate, global industry*

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai Industri makanan dan minuman di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, menjadi kontributor penting terhadap PDB industri pengolahan. Pertumbuhan ini sejalan dengan kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi makanan dan minuman halal, terutama dengan tren global yang mengedepankan gaya hidup halal dan thayibban. Sertifikasi halal menjadi krusial dalam memenuhi tuntutan konsumen yang semakin peduli terhadap kehalalan produk. Sertifikasi ini memberikan jaminan bahwa produk telah memenuhi standar kehalalan dan kualitas, menjangkau pasar yang lebih luas, dan memperoleh kepercayaan konsumen. Namun, masih ada tantangan dalam penerapan sertifikasi halal secara menyeluruh, terutama terkait kurangnya kesadaran dan kepatuhan pelaku bisnis. Penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki implikasi dalam manajemen bisnis, termasuk pengaruhnya terhadap strategi pemasaran, akses pasar global, dan efisiensi operasional. Manajemen bisnis syariah menjadi relevan dalam konteks ini, mengatur operasi bisnis berdasarkan

prinsip-prinsip syariah untuk memastikan kepatuhan terhadap aturan dan prinsip yang ditetapkan Islam. Dengan memperkuat manajemen bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah dan memanfaatkan sertifikasi halal, pelaku bisnis dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan memperoleh kepercayaan konsumen, mendukung pertumbuhan industri makanan dan minuman halal di Indonesia dan secara global. Ditemukan bahwa sertifikasi halal memiliki dampak strategis dalam pemasaran produk, memberikan akses pasar global, dan memperkuat posisi pelaku bisnis. Implementasi manajemen bisnis syariah juga penting dalam memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam operasi bisnis. Dengan demikian, sertifikasi halal menjadi kunci untuk memasuki pasar yang lebih luas dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam industri makanan dan minuman.

Kata Kunci: makanan, minuman, sertifikat halal, industri global

PENDAHULUAN

Sektor makanan dan minuman yang terus berkembang merupakan komponen penting dari ekonomi Indonesia. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan PDB sebesar 4,62% (yoy) pada kuartal II/2023, sedikit lebih rendah dari 5.35% (yoy) pada kuartal sebelumnya. Namun, sektor ini tetap menjadi penggerak utama industri pengolahan dengan kontribusi sebesar 34% dari PDB industri pengolahan pada kuartal II/2023 (Mustajab, 2023).

Seiring dengan peningkatan kontribusi industri makanan dan minuman, kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi makanan dan minuman halal juga meningkat. Sementara industri berkembang, kesadaran akan kesehatan masyarakat meningkat (Subianto, 2019). Gaya hidup yang mengedepankan halal dan thayibban mulai menjadi tren di seluruh dunia. Sekarang, halalan bukan hanya budaya atau agama; itu telah menjadi bagian dari pembagian pasar internasional yang lebih besar.

Di industri makanan dan minuman halal, memastikan kepatuhan terhadap standar kehalalan produk adalah tantangan tersendiri. Akibatnya, masalah sertifikasi halal menjadi semakin penting bagi bisnis di bidang ini karena mereka perlu memberikan jaminan produk halal untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin peduli terhadap aspek kehalalan.

Sertifikat Halal adalah pengakuan produk halal yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal berdasarkan fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia. Sertifikasi halal memberikan pengesahan bahwa perusahaan yang memproduksi makanan dan minuman telah mematuhi peraturan dan standar yang telah ditetapkan oleh hukum. Ini mencakup berbagai elemen, seperti penyediaan bahan baku, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, distribusi, penjualan, dan penyajian produk. Sertifikasi halal menjamin pelanggan muslim bahwa produk tersebut memenuhi standar kualitas dan keamanan serta memenuhi standar kehalalan (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama RI, 2014).

Pelaku usaha muslim harus memastikan bahwa produk mereka halal, termasuk makanan, obat-obatan, dan barang-barang yang akan digunakan. Karena produk yang bersertifikat halal dijamin sehat, mereka disukai oleh masyarakat muslim dan non-muslim. Sertifikasi halal sangat penting untuk mematuhi hukum agama dan bisnis, terutama di sektor makanan dan minuman (Mega Novita Syafitri, 2022).

Konsep manajemen bisnis syariah mengacu pada cara mengatur, mengelola, dan menjalankan operasi bisnis berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Ini berarti bahwa operasi bisnis harus mengikuti aturan syariah, yaitu dengan mengacu pada al-Qur'an dan hadis, dan tidak menggunakan cara yang diharamkan Allah. Mencari keuntungan bukanlah satu-satunya tujuan bisnis Islam; ada pedoman yang mendasarinya (Heri Cahyo Bagus Setiawan, 2020). Karena manajemen yang buruk dapat merugikan bisnis, para bisnis harus memaksimalkan kekuatan manajemen. Jadi, aturan dan prinsip yang mengatur transaksi bisnis sangat penting agar tidak ada yang dirugikan atau dieksploitasi, baik produsen maupun konsumen. Karena itu, bisnis makanan dan minuman sangat relevan dengan konsep manajemen bisnis halal karena industri ini memainkan peran penting dalam ekonomi dan membutuhkan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah disebut sebagai bisnis yang menjalankan operasinya secara Islami. Tidak melakukan tindakan yang dapat merugikan orang lain dan tidak membuat makanan dan minuman yang diharamkan. Perusahaan harus melakukan proses sertifikasi halal di lembaga yang ditetapkan oleh pemerintah untuk memastikan bahwa barang yang dibuat sesuai dengan standar kehalalan. Dengan sertifikasi halal, bisnis dapat menjangkau pasar yang lebih luas, memperoleh kepercayaan pelanggan, memperoleh keunggulan di pasar global, dan memanfaatkan peluang pasar yang lebih besar. Hal ini dapat dicapai karena di era modern, banyak negara dengan populasi Muslim yang mewajibkan sertifikasi halal untuk produk yang masuk ke pasar mereka.

Sayangnya, pelaku bisnis belum sepenuhnya memanfaatkan potensi

tren pasar halal yang semakin berkembang. Menurut Undang-Undang Jaminan Produk Halal No. 33 Tahun 2014, semua barang yang masuk, diedarkan, dan diperdagangkan di Indonesia harus memiliki sertifikasi halal. Namun, para pelaku bisnis belum sepenuhnya mematuhi persyaratan sertifikasi halal. Meskipun persyaratan sertifikasi halal seharusnya berlaku sepenuhnya pada tahun 2019, masih banyak barang yang belum disertifikasi halal. Hal ini terjadi meskipun masyarakat masih kurang sadar dan hanya menganggap halal sebagai masalah agama (Wirnya ningsih et al, 2020).

Bisnis yang diimplikasi dari keuntungan yang mereka peroleh merupakan masalah tambahan bagi para bisnis. Jika dibandingkan dengan bisnis sebelum mendapatkan sertifikasi halal, keuntungan bisnis yang telah mendapatkan sertifikasi halal tidak jauh berbeda. Hal ini juga merupakan salah satu alasan mengapa perusahaan tidak terlalu tertarik untuk mendapatkan sertifikasi halal. Menurut Bernadhetta Vivi Kristiana, dkk, ini disebabkan oleh kurangnya inovasi pelaku usaha dalam memperbaiki manajemen bisnis mereka setelah sertifikasi halal keluar (Bernadhetta Vivi Kristiana et al, 2020). Bisnis yang diimplikasi oleh karena itu, perusahaan harus melakukan hal-hal baru untuk meningkatkan manajemen bisnisnya. Ini termasuk meningkatkan komitmen manajemen senior untuk menerapkan kebijakan halal, memastikan pemenuhan bahan baku terus-menerus, membangun hubungan kerja dengan berbagai pihak, memberikan pelatihan kepada karyawan, melakukan pencatatan keuangan yang jelas, dan membangun struktur organisasi yang kuat yang melibatkan semua pihak yang terlibat.

Berbagai penelitian sebenarnya telah dilakukan oleh para peneliti. Diantaranya oleh Muhammad Alfarizi yang menemukan bahwa program sertifikasi halal kuliner, kepatuhan praktik halal dan penjaminan mutu halal mempengaruhi kinerja operasional bisnis. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa kinerja operasional bisnis dapat meningkatkan kinerja keuangan bisnis secara positif (Alfarizi, 2023). Mega Novita Syafitri, dkk, menemukan bahwa sertifikasi label halal food dalam suatu produk makanan sangatlah penting bagi konsumen muslim karena hal tersebut merupakan salah satu sarana komunikasi yang efektif antara produsen dan konsumen, serta sebagai bentuk kepatuhan terhadap hukum Islam yang mewajibkan untuk mengkonsumsi sesuatu yang halal baik melalui awal proses pembuatan hingga pendistribusiannya. Nurjanah, dkk, menemukan bahwa kesadaran akan kewajiban sertifikasi halal bagi para pelaku usaha sudah cukup baik mengingat dampak positif yang didapatkannya, sertifikasi halal merupakan suatu tindakan positif yang dapat memberikan banyak manfaat bagi pelaku usaha. Sejalan dengan informasi tersebut, penelitian yang meneliti implikasi sertifikat halal pada manajemen bisnis industri makanan

dan minuman masih minim dilakukan. Sehingga penelitian semacam ini perlu dilakukan karena dapat memberikan informasi kepada para pelaku bisnis tentang implikasi sertifikasi halal terhadap manajemen bisnis. Melalui informasi tersebut para pelaku bisnis dalam industri makanan dan minuman dapat merencanakan strategi yang lebih matang dalam melakukan inovasi pengembangan usahanya. Oleh karena itu, Tujuan dari penelitian ini untuk melihat implikasi sertifikasi halal pada manajemen bisnis industri makanan dan minuman.

KAJIAN LITERATUR

Kesadaran akan Konsumsi Makanan dan Minuman Halal

Kesadaran masyarakat tentang pentingnya konsumsi makanan dan minuman halal meningkat seiring dengan berkembangnya industri ini. Hal ini dipicu oleh tren global yang mengedepankan gaya hidup halal dan thayibban. Sertifikasi halal menjadi penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin peduli terhadap aspek kehalalan.

Sertifikasi Halal dan Manajemen Bisnis Syariah

Penting sekali sertifikasi halal dalam industri makanan dan minuman, menggambarkan bahwa sertifikasi tersebut memberikan jaminan atas kehalalan produk dan memenuhi standar keamanan dan kualitas. Sertifikasi halal juga dihubungkan dengan konsep manajemen bisnis syariah, yang mengatur operasi bisnis berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Sertifikasi halal tidak hanya memengaruhi aspek pemasaran produk dan akses pasar global, tetapi juga mempengaruhi praktik manajemen bisnis secara keseluruhan, termasuk perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian operasional.

Manajemen Pemasaran yang Efektif

Sertifikasi halal dapat digunakan sebagai alat pemasaran yang efektif dalam menarik minat konsumen dan memperluas pangsa pasar. Logo atau label sertifikasi halal dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian konsumen, sehingga mempengaruhi strategi pemasaran dan branding produk.

Akses Pasar Global

Sertifikasi halal memungkinkan industri makanan dan minuman untuk memperoleh akses ke pasar global, terutama pasar Muslim yang berkembang pesat. Artikel menggarisbawahi pentingnya sertifikasi halal dalam memfasilitasi perdagangan internasional dan meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global.

METODE PENELITIAN

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

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sertifikat Halal

Sertifikat halal merupakan pengakuan terhadap kehalalan suatu Produk yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2021). Sertifikasi halal menjadi prosedur formal di mana orang atau lembaga yang telah terakreditasi atau memiliki kewenangan untuk menilai dan memverifikasi produk baik atribut, karakteristik, kualitas, kualifikasi barang, prosedur atau proses, serta peristiwa atau situasi, sesuai dengan persyaratan atau standar yang ditetapkan.

Bisnis yang diimplikasi Sertifikasi halal adalah bagian penting dari proses produksi dalam hal produksi. Secara umum, sertifikasi halal adalah cara pemerintah melindungi hak konsumen. Dalam hal nilai, konsep halal dianggap sebagai standar yang mencakup hal-hal seperti kesehatan, kebersihan, keselamatan, keberlanjutan, dan integritas. Ini menjadi ciri dari masyarakat modern dan standar global untuk kualitas halal. Produk halal telah menjadi bagian dari bisnis global yang sangat menguntungkan yang menasaskan orang Muslim dan non-Muslim (Muhammad Aqil Irham, 2023). Produksi makanan dan minuman halal tidak hanya berkaitan dengan aspek operasional dan material, tetapi juga memiliki dimensi spiritual yang lebih mendalam jika dibandingkan dengan produk lain yang pada umumnya hanya berfokus pada keselamatan dan keamanan. Kehalalan menjadi syarat utama dalam produksi makanan dan minuman dalam memberikan kepastian hukum kepada konsumen.

Sertifikat halal tidak hanya berlaku bagi produk makanan dan minuman, melainkan juga mencakup produk-produk yang berhubungan dengan kosmetik, obat-obatan, produk kimiawi, produk biologi, dan produk yang memiliki nilai guna serta dimanfaatkan oleh banyak orang. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, Indonesia memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman yang baik dan halal bagi masyarakatnya. Oleh karena itu, melalui sistem jaminan halal, setiap produk yang beredar di masyarakat diwajibkan memiliki sertifikasi halal, yang memberikan kekuatan dan jaminan kepada konsumen dalam memilih makanan dan minuman. Sertifikasi halal memiliki peran yang sangat penting dalam berbagai aspek, diantaranya memenuhi kewajiban sebagai umat muslim, berperan sebagai perlindungan terhadap hak konsumen terutama dalam hal kualitas produk, meningkatkan profitabilitas pelaku usaha, dan penguatan daya saing industri halal di kancah internasional.

Proses produksi produk, yang meliputi pengelolaan, penyediaan bahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyiapan produk, memberikan jaminan kehalalan produk. Selain itu, tempat dan alat yang digunakan dalam proses produksi harus dipisahkan untuk menghindari pencampuran produk halal dengan produk yang tidak halal. Menjaga kualitas produk juga merupakan bagian dari proses halal. Oleh karena itu, dunia usaha khususnya dalam industri makanan dan minuman, harus memastikan proses produksinya bersih dan menghindari penggunaan bahan-bahan yang tidak halal atau bernajis.

Pemerintah membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) untuk memastikan bahwa jaminan produk halal ada. BPJPH berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Agama, dan juga mendirikan Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LP3H) untuk membantu proses sertifikasi halal. Beberapa peraturan yang dibuat oleh pemerintah Indonesia juga mengatur sertifikasi halal. Salah satunya adalah Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Peraturan ini menyediakan kerangka kerja untuk pengurusan sertifikat halal, yang mencakup dua skema, yaitu skema *self declare* dan skema regular.

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

Manajemen Bisnis Syariah

Manajemen adalah cara untuk mengatur apa yang dilakukan orang

atau organisasi untuk mencapai tujuan. Hal ini dicapai melalui kerja sama yang efektif dan efisien dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Manajemen juga dapat didefinisikan sebagai usaha untuk memberikan bimbingan dan arahan dengan melibatkan perencanaan, koordinasi, pengintegrasian, pembagian tugas yang dilakukan secara profesional dan proporsional, pengorganisasian, pengendalian, dan optimalisasi pemanfaatan sumber daya yang ada. Dengan cara ini, manajemen dapat dilihat sebagai seni yang melibatkan berbaur (Burhanudin Gesi, 2019).

Bisnis yang diimplikasi Dalam perspektif Islam, itqan berarti bahwa segala sesuatu harus dilakukan dengan cara yang baik, teratur, tertib, rapi, benar, jelas, dan tuntas. Untuk memudahkan penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan pribadi, keluarga, dan masyarakat, manajemen adalah suatu kebutuhan yang tak terhindarkan. Namun, secara umum, tidak ada pemahaman yang jelas tentang konsep manajemen Islami (Hakim, 2014).

Manajemen memiliki peran yang sangat penting dalam bisnis Islam. Islam telah menetapkan pedoman yang mewajibkan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Syariah Islam (Al-Quran dan Hadits) dalam menjalankan kegiatan usaha. Manajemen bisnis Islam merupakan solusi untuk mempraktikkan manajemen bisnis yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah, karena manajemen bisnis konvensional telah gagal menciptakan lingkungan yang mengedepankan integritas, kebahagiaan, dan rasa hormat terhadap sesama manusia. Islam memberikan pedoman bagi seluruh umat Islam dalam menjalankan suatu bisnis, tidak hanya dari segi fungsi manajemennya tetapi juga aturan-aturan lain yang terdapat dalam Al-Quran dan Hadits (Mahela, 2016).

Manajemen Bisnis syariah merupakan disiplin ilmu yang mempelajari tentang bagaimana mengatur, mengelola, dan melaksanakan kegiatan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam rangka mengelola kehidupan manusia di dunia, diperlukan pengetahuan, wawasan, keterampilan, dan sikap kerja yang profesional, termasuk dalam mengelola kegiatan bisnis. Kegiatan bisnis merupakan bagian integral dalam kehidupan masyarakat yang mencerminkan sikap saling ketergantungan antarindividu. Manusia, sebagai makhluk sosial, tidak mampu memenuhi semua kebutuhan hidupnya secara mandiri, sehingga memerlukan kolaborasi dan pertukaran dengan sesama untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Kegiatan bisnis seharusnya dijadikan sebagai wadah dalam mewujudkan nilai-nilai keagamaan yang melibatkan aspek moral etika dan spritual.

Manajemen bisnis syariah adalah disiplin universal dan dapat diterapkan pada berbagai sektor dan jenis bisnis. Manajemen menyediakan kerangka kerja dan alat untuk mengelola dan mengarahkan sumber daya secara efektif untuk mencapai tujuan bisnis. Manajemen mencakup

serangkaian aktivitas seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan atau pengarahan, dan pengendalian yang selalu hadir dalam berbagai aktivitas bisnis.

- a) Perencanaan (*planning*) mencakup menetapkan tujuan dan target bisnis, membuat strategi untuk mencapainya, menentukan sumber daya yang diperlukan, dan menetapkan standar dan indikator keberhasilan. Perencanaan juga merupakan tahap awal yang dilakukan untuk menentukan strategi dan taktik yang sesuai untuk mencapai tujuan dan tujuan bisnis.
- b) Pengimplementasian/pengarahan (*actuating/directing*) merupakan tahap implementasi program yang memungkinkan semua anggota organisasi menjalankan tugas dan tanggung jawab mereka dengan kesadaran dan produktivitas yang tinggi.
- c) Pengendalian/pengawasan (*controlling*) adalah tahap yang digunakan untuk memastikan bahwa semua kegiatan yang telah direncanakan, diorganisir, dan diimplementasikan berjalan sesuai dengan target yang diharapkan.

Kegiatan pengendalian/pengawasan mencakup evaluasi keberhasilan dalam mencapai tujuan dan target bisnis sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan, melakukan klarifikasi dan koreksi terhadap penyimpangan yang mungkin terjadi, dan mengembangkan solusi alternatif. (Suhadi, 2008) Melalui empat tahapan ini, pelaku bisnis akan mampu mencapai kesuksesan, menjaga efisiensi operasional, serta menjalankan bisnis yang dipadukan dengan prinsip-prinsip syariah. Keempat tahapan tersebut menjadi dasar utama bagi setiap pelaku bisnis dalam menjalankan aktivitasnya, baik secara individu maupun secara kolektif. Tujuannya agar aktivitas bisnis yang dilakukan dapat berjalan secara efektif dan efisien, namun selaras dengan prinsip-prinsip syariah.

Memenuhi persyaratan sertifikasi halal adalah salah satu keuntungan dari penerapan manajemen bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah. Sertifikasi halal menunjukkan bahwa produk atau layanan yang dijual oleh perusahaan sesuai dengan prinsip syariah selama proses produksi dan distribusi. Hal ini memberikan keyakinan kepada pelanggan bahwa barang dan jasa yang mereka beli adalah halal dan sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam.

Untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang dihasilkan memenuhi standar kehalalan, misalnya bahan baku yang halal, proses produksi yang dilakukan dengan cara yang sesuai dengan prinsip syariah, dan pengendalian kualitas yang ketat untuk menjaga kualitas produk, bisnis dapat memastikan bahwa dengan menerapkan manajemen yang baik, bisnis dapat memastikan bahwa setiap langkah dalam proses produksinya

memenuhi standar kehalalan.

Implikasi Sertifikat Halal dan Manajemen Bisnis

Sertifikasi produk halal, khususnya produk makanan dan minuman, memiliki pengaruh dalam dunia bisnis dan pemasaran produk halal, baik untuk konsumen maupun pelaku industri makanan dan minuman. Sertifikasi halal, yang ditampilkan dalam bentuk logo, merek dagang, atau label produk adalah indikator yang memberikan informasi penting bahwa produk-produk tersebut telah menjalani proses pemeriksaan yang ketat oleh lembaga yang berwenang. Sertifikasi ini menegaskan bahwa sumber bahan, komposisi produk, dan proses produksinya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Akbarizan, 2018). Selain itu, Sertifikasi halal juga memiliki dampak signifikan dalam menjamin kelangsungan bisnis dan memperkuat posisi pelaku bisnis. Sertifikat halal menjadi salah satu indikator yang dapat memengaruhi minat pembelian konsumen, yang berpotensi meningkatkan penjualan atau omset pelaku bisnis. Sehingga Implikasi sertifikasi halal dalam manajemen bisnis memiliki dampak strategis yang dapat merespons tuntutan konsumen terhadap produk.

Manajemen Pemasaran yang Efektif

Pemasaran adalah bagian penting dari manajemen bisnis, terutama dalam mendorong manajemen untuk melihat masa depan dengan cara yang berbeda. Salah satu cara bisnis dapat berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar adalah dengan mendapatkan sertifikasi halal. Selain untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, sertifikasi halal dapat mempertahankan bisnis dalam lingkungan yang terus berubah. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan manfaat sertifikasi halal agar tetap kompetitif di masa depan.

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

Kampanye sertifikasi halal memiliki peran penting dalam menentukan tingkat kesadaran dan keterlibatan konsumen dalam memilih produk makanan dan minuman yang halal. Oleh karena itu, penting untuk memberikan edukasi kepada konsumen muslim, terutama terkait

pemahaman mereka tentang hukum halal-haram serta kemampuan individu untuk mengidentifikasi produk-produk yang diharamkan, menjadi aspek penting dalam pemasaran produk halal. Hal ini akan mampu memperbesar segmen pasar terutama dari kalangan konsumen muslim (Mukhlis, 2012).

Sertifikasi halal merupakan bagian penting dari pemasaran produk makanan dan minuman karena dapat mempengaruhi perilaku pelanggan dan preferensi mereka. Sertifikasi halal dapat digunakan sebagai Unique Selling Point (USP) untuk produk halal. Konsep USP adalah bagian penting dari strategi pemasaran yang memungkinkan suatu produk berbeda dari produk lain di pasar (Samsuri, 2020). Produk dengan sertifikasi halal memiliki keunggulan dan memberi pelanggan lebih banyak uang. Logo halal pada kemasan produk memiliki nilai jual yang unik dan dapat memberikan kesan positif kepada pelanggan. Sertifikasi halal tidak hanya memenuhi persyaratan kehalalan, tetapi juga dapat membangun kepercayaan pelanggan, terutama pelanggan muslim yang sangat memperhatikan kehalalan produk yang mereka beli.

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

Akses Pasar Global

Industri makanan dan minuman dapat melakukan perdagangan di seluruh dunia berkat sertifikasi halal. Pelaku industri akan merencanakan tindakan konkret untuk mendapatkan akses ke pasar global melalui proses manajemen yang efektif. Hal ini mungkin terjadi karena, menurut data yang diterbitkan pada tahun 2022 oleh State of the Global Islamic Economic Report, perdagangan global sangat meningkat karena makanan halal, terutama antara negara-negara yang tergabung dalam Organisasi Kerja Sama Islam (OKI).

Indonesia menduduki peringkat kedua dalam industri makanan halal. Ekspor makanan halal ke negara-negara Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) meningkat sebesar 16%. Dengan dimulainya sistem data perdagangan global dan kodifikasi produk halal, kerugian akan terus meningkat. Untuk meningkatkan sertifikasi halal, Indonesia juga melakukan hal-hal seperti

kodifikasi dan digitalisasi sertifikasi halal. Hal ini menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman Indonesia akan memiliki kemampuan untuk bersaing dengan industri lain di luar negeri.

Menurut State of the Global Islamic Economic Report terdapat beberapa faktor yang mendorong sisi permintaan produk halal secara global, diantaranya: 1) Penduduk muslim yang besar, berkembang cepat, dan muda, 2) Perluasan perekonomian Islam global, 3) Iilai-nilai Islam yang mendorong pilihan produk dan jasa halal, 4) Konektivitas digital dan kebangkitan e-commerce, dan 5) Pertumbuhan konsumsi etis (Standard, 2022).

Produk berstandar halal harus menjadi bagian penting dari praktik perdagangan dan ekonomi global yang membutuhkan standar dan kualitas internasional untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen di seluruh negara. Dengan sertifikasi halal, mereka akan memiliki kemampuan untuk bersaing dan bersaing dalam perdagangan baik di dalam negeri maupun di pasar global (Hani, 2023).

SIMPULAN

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

REFERENSI

- Abdurahman, NH (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*, Pustaka Setia, (Jakarta)
- Abdullah, M. (2014). *Manajemen bisnis syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Lestari, F., Murhayati, S., & Absor, M. (2018). *BISNIS PRODUK HALAL: Analisis Implementasi Rantai Pasok Produk Halal di Australia*.
- Alfarizi, M. (2023). Peran Sertifikasi Halal Dan Kepatuhan Praktik Halal Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan: Investigasi Pemodelan Empiris Sektor Umkm Kuliner Nusantara. *Harmoni*, 22(1), 93-116.
- Indonesia, R. (2019). Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. *Peraturan Pemerintah*

Republik Indonesia.

- Dinar, S. (2022). State of the global Islamic economy report.
- Gesi, B., Laan, R., & Lamaya, F. (2019). Manajemen dan eksekutif. *Jurnal Manajemen*, 3(2), 51-66.
- Salehudin, I., & Mukhlis, B. M. (2012). Pemasaran Halal: Konsep, Implikasi dan Temuan Di Lapangan (Halal Marketing: Concept, Implication and Field Finding). *Dulu mendengar sekarang bicara: kumpulan tulisan ekonom muda FEUI*, 293-305.
- Firdaus, F. (2023). Implikasi Sertifikat Halal Dalam Manajemen Bisnis Industri Makanan dan Minuman. *At-Tawazun, Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(02), 39-54.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2021 Tentang Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil (2021).
- Kristiana, B. V., Indrasari, A., & Giyanti, I. (2020). Halal Supply Chain Management dalam Optimalisasi Penerapan Sertifikasi Halal UMKM. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 19(2).
- Maleha, N. Y. (2016). Manajemen bisnis dalam Islam. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 1(2), 43-54.
- Firdaus, F. (2023). IMPLIKASI SERTIFIKAT HALAL DALAM MANEJEMEN BISNIS INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN. *At-Tawazun, Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(02), 39-54.
- Subianto, P. (2019). Rantai nilai dan perspektif kesadaran masyarakat muslim akan makanan halal. In *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics* (pp. 141-146).
- Pengantar Manajemen Dan Aplikasinya. Edited by Anis Eliyana. 1st ed. Yogyakarta: Gava Media, 2008.
- Setiawan, H. C. B., Komara, B. D., & Kurniawan, A. (2020). Manajemen Bisnis Syariah Berbasis Kewirausahaan di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoaro. *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, 2(01), 20-31.
- Syafitri, M. N., Salsabila, R., & Latifah, F. N. (2022). Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 16-42.
- Tahliani, H., & Renaldi, R. (2023). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Syar'ie: Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam*, 6(1), 1-12.
- 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), 98-112.

Syahida, A. Q., & Nabilah, A. M. (2020, December). The optimization of halal certification in Indonesia: finding right balance between consumer and businessmen interest. In *The 2nd International Conference of Law, Government and Social Justice (ICOLGAS 2020)* (pp. 401-408). Atlantis Press.