

## TANTANGAN DAN PROSPEK STANDARISASI HALAL INDONESIA DI ERA GLOBALISASI

Dina Angelina<sup>1</sup>, Romi Faslah<sup>2</sup><sup>1,2</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
[dinangelinaa18@gmail.com](mailto:dinangelinaa18@gmail.com), [romi@uin-malang.ac.id](mailto:romi@uin-malang.ac.id)**ABSTRACT**

*Halal standardization is crucial to ensure the availability of reliable halal products, including raw materials, production processes, and distribution in accordance with Islamic law. The Indonesian government has strengthened regulations through the establishment of the Halal Product Guarantee Agency (BPJPH) to manage the Halal Product Guarantee (JPH) program.*

*Although the global market potential is huge and the halal industry plays an important role in the national economy, there are several challenges that need to be overcome. These challenges include a lack of public understanding of halal standardization, the complexity of the certification process, differences in global halal standards, challenges for MSMEs, and inadequate regulations.*

*The prospect of halal standardization in the era of globalization is very bright, supported by the potential of a large global market, an important role in the national economy, strengthening regulations and infrastructure, product innovation, and increasing awareness and education. The case studies of PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk and Wardah Cosmetics show that with the right strategies, such as obtaining comprehensive halal certification, implementing a Halal Assurance System (HAS), and innovating, local companies can successfully penetrate the global market and strengthen Indonesia's brand image. By overcoming the existing challenges, Indonesia has great potential to become a key player and trend-setter in the global halal industry.*

**Keywords:** *Halal Standardization, Globalization, Certification, Halal Industry*

**ABSTRAK**

Standarisasi halal menjadi krusial untuk memastikan ketersediaan produk halal yang andal, mencakup bahan baku, proses produksi, hingga distribusi yang sesuai dengan syariat Islam. Pemerintah Indonesia telah memperkuat regulasi melalui pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) untuk mengelola program Jaminan Produk Halal (JPH).

Meskipun potensi pasar global sangat besar dan industri halal berperan penting dalam ekonomi nasional, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi. Tantangan tersebut meliputi kurangnya pemahaman masyarakat tentang standarisasi halal, kompleksitas proses sertifikasi, perbedaan standar halal global, tantangan bagi UMKM, dan peraturan yang belum memadai.

Prospek standarisasi halal di era globalisasi sangat cerah, didukung oleh potensi pasar global yang besar, peran penting dalam ekonomi nasional, penguatan regulasi dan infrastruktur, inovasi produk, serta peningkatan kesadaran dan edukasi. Studi kasus PT

**Article History**

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism Checker No

234.54757h

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/CAUSA.v1i2.365

**Copyright : Author****Publish by : CAUSA**

This work is licensed

under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dan Wardah Cosmetics menunjukkan bahwa dengan strategi yang tepat, seperti memperoleh sertifikasi halal komprehensif, menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH), dan berinovasi, perusahaan lokal dapat berhasil menembus pasar global dan memperkuat citra merek Indonesia. Dengan mengatasi tantangan yang ada, Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pemain kunci dan penentu tren dalam industri halal global.

**Kata Kunci : Standarisasi Halal, Globalisasi, Sertifikasi, Industri Halal**

## PENDAHULUAN

Indonesia, dengan mayoritas penduduk Muslim, memiliki potensi besar dalam industri halal global, termasuk makanan, keuangan syariah, wisata halal, dan busana Muslim. Besarnya populasi Muslim di Indonesia menuntut tanggung jawab besar untuk memastikan ketersediaan produk halal yang dapat diandalkan. Standardisasi halal mencakup berbagai aspek, mulai dari bahan baku, proses produksi, hingga distribusi, untuk memastikan bahwa setiap tahapan memenuhi persyaratan syariat Islam. Pentingnya standardisasi halal semakin krusial seiring dengan perkembangan industri halal di seluruh dunia. Pemerintah Indonesia telah berupaya memperkuat undang-undang dan lembaga yang bertanggung jawab atas sertifikasi halal, salah satunya dengan membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) (Adamsah). Standardisasi ini memberikan keamanan hukum bagi konsumen dan meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global. Selain itu, sertifikasi halal melindungi pelanggan dari produk yang melanggar standar kehalalan, yang dapat membahayakan kesehatan dan keyakinan agama mereka. Dengan sertifikasi halal yang jelas dan dapat diandalkan, pelanggan dapat membuat pilihan yang tepat saat memilih produk. Makalah ini akan membahas standardisasi halal di Indonesia, termasuk peraturan, lembaga, dan masalah yang dihadapi dalam pelaksanaannya.

## METODE PENELITIAN

Makalah ini disusun sebagai bagian dari tugas akademis dengan judul "Tantangan dan Prospek Standarisasi Halal Indonesia di Era Globalisasi". Tujuan dari penulisan makalah ini adalah untuk memberikan pemahaman mendalam tentang konsep standardisasi halal yang baik. Makalah ini mengkaji konsep standardisasi halal dalam Islam dan Indonesia, tantangan dan prospek bagi produsen dalam standarisasi halal di era globalisasi, serta perbandingan standardisasi halal Indonesia dengan standar internasional. Penulis menggunakan pendekatan deskriptif dan komparatif dalam menganalisis informasi yang bersumber dari berbagai literatur dan studi kasus.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Konsep Halal, Haram, dan Syubhat

Kata "halal" berasal dari bahasa Arab "halla-yahillu-hillan", yang berarti membebaskan, melepaskan, memecahkan, membubarkan, dan memberikan izin. Secara terminologi, halal dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dibenarkan oleh agama dan tidak ada hukum bagi yang melakukannya atau menggunakannya. Sumber hukum halal meliputi Al-Qur'an (misalnya Surah Al-Maidah ayat 1), As-Sunnah, Ijma', dan Qiyas. Halal telah menjadi standar untuk gaya hidup di seluruh dunia, dan halal telah menjadi standar untuk kualitas produk. Jika masyarakat saat ini percaya bahwa produk yang bersertifikat dan memiliki logo halal dianggap memiliki kualitas yang terjamin dan harus dikonsumsi, sertifikasi halal dapat sangat membantu bisnis (Kadir, 2022). Ruang lingkup halal mencakup makanan dan minuman (tidak mengandung bahan terlarang seperti babi,

bangkai, darah, alkohol, serta diproses secara halal), pakaian (menutup aurat dan tidak terbuat dari bahan terlarang), pekerjaan dan penghasilan (tidak bertentangan dengan syariat Islam), perilaku dan tindakan (sesuai prinsip syariat Islam), serta akad dan transaksi (dilakukan secara sah sesuai muamalah Islam).

Kata "haram" berarti segala sesuatu yang dilarang oleh Allah dan pelanggarannya akan mendapat siksa. Secara etimologis, haram berarti sesuatu yang tidak boleh digunakan. Haram dalam hukum Islam dapat dilihat dari dua perspektif: batasan dan maknanya; dan bentuk dan sifatnya (Dahlan). Sumber hukum haram hampir sama dengan halal, yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah. Sementara itu, "syubhat" adalah perbedaan antara hal-hal yang halal dan haram, yang bersifat subjektif (Amir, 2017). Ada tiga kelompok pandangan mengenai syubhat: dilarang, haram, dan tidak haram atau halal.

## 2. Konsep Standardisasi Halal

Standardisasi adalah garis besar atau standar minimal untuk mencapai keselarasan, digunakan untuk mengukur suatu objek dengan menentukan karakteristik dan spesifikasi tertentu. Standardisasi adalah proses menciptakan standar teknis, spesifikasi, metode uji, definisi, prosedur (atau praktik), dan sebagainya. Istilah "standardisasi" berasal dari kata "standard", yang berarti satuan ukur untuk perbandingan kualitas, kuantitas, nilai, dan hasil karya atau produk (Supriyadi, 2019). Standardisasi halal berarti tolak ukur standar kelayakan terhadap suatu barang yang harus diterapkan oleh umat Islam. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menjelaskan definisi produk halal dan langkah-langkah untuk mendapatkan status halal. Ciri-ciri bahan dasar halal menurut Islam meliputi berasal dari sumber yang diizinkan (hewan halal seperti sapi, kambing, ayam, unta, ikan, atau tumbuhan tidak berbahaya), tidak mengandung bahan haram (babi, anjing, darah, bangkai, alkohol), pengolahannya dengan cara halal (misalnya disembelih sesuai ketentuan Islam dan tidak menggunakan alat najis), serta *thayyib* (baik dan aman).

## 3. Standardisasi dan Sertifikasi Halal di Indonesia

Indonesia, dengan sumber daya alam melimpah, memiliki potensi besar dalam industri halal. Pelabelan halal produk makanan di Indonesia telah dimulai sejak akhir tahun 1976 oleh Kementerian Kesehatan, sebelum MUI menetapkan sertifikasi halal pada tahun 1989. Pada 10 November 1976, produsen makanan yang menggunakan babi dan produk turunannya harus mencetak atau merekat tanda peringatan pada wadah atau bungkus. Tanda peringatan harus memiliki dua elemen: gambar babi dan tulisan "MENGANDUNG BABI" yang diberi warna merah dan terletak di dalam kotak persegi merah (Faridah, 2019). Namun, karena dianggap tidak efektif, kesadaran masyarakat Muslim meningkat, mendorong MUI untuk membentuk Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM MUI) pada 6 Januari 1989 (Herawati, 2023). LPPOM MUI memimpin standardisasi dan sertifikasi halal, melakukan penelitian, dan menetapkan standar halal berdasarkan syariat Islam. Sertifikasi halal secara sukarela dimulai dengan produsen menjalani pemeriksaan oleh LPPOM MUI dan mendapatkan fatwa halal dari Komisi Fatwa MUI. Pemerintah Indonesia pada tahun 2014 menetapkan bahwa semua barang yang masuk, dijual, dan diperdagangkan harus memiliki sertifikat halal berdasarkan UU Nomor 33 Tahun 2014. Prosedur untuk mendapatkan sertifikat halal meliputi pendaftaran dan pengisian formulir melalui SIHALAL, pemeriksaan dokumen oleh BPJPH, pemeriksaan oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), penetapan kehalalan produk oleh Komite Fatwa MUI, dan penerbitan sertifikat halal oleh BPJPH.

#### 4. Perbandingan Standardisasi Halal Indonesia dengan Standar Internasional

Standardisasi halal di Indonesia memiliki beberapa perbedaan dengan standar internasional. Dari segi landasan hukum, Indonesia diatur oleh UU No. 33 Tahun 2014, sementara standar internasional berbeda kebijakan setiap negara. Lembaga utama di Indonesia adalah BPJPH yang bekerja sama dengan LPH dan fatwa dari MUI, sedangkan di internasional ada The Standards and Metrology Institute for the Islamic Countries (SMIIC), World Halal Council (WHC), dan International Halal Integrity Alliance (IHI Alliance). Standar dasar Indonesia sesuai prinsip syariah Islam, kriteria SJH, dan Fatwa MUI, sementara internasional juga sesuai prinsip syariah Islam dan tidak ada kontaminasi silang. Sifat sertifikasi di Indonesia wajib untuk kategori produk tertentu, sementara di internasional umumnya sukarela namun ada beberapa negara yang mewajibkan untuk produk tertentu. Logo halal Indonesia tunggal (ungu dengan ornamen wayang), sedangkan internasional beragam. Masa berlaku di Indonesia permanen kecuali ada perubahan, sementara internasional bervariasi, umumnya dalam ukuran tahun.

#### 5. Tantangan Standardisasi Halal di Era Globalisasi

Tantangan eksternal sangat berpengaruh terhadap Indonesia, di mana banyaknya produk asing dapat mengurangi minat terhadap barang produksi dalam negeri. Hal inilah mengapa industri halal juga dibahas dalam makalah ini tentang persaingan internasional. Dalam konteks ekonomi, persaingan ini adalah persaingan untuk pangsa pasar. Dalam hal makanan, bagaimana produk halal dapat diterima di negara lain dan bahkan dapat menguasai pasar peredaran halal negara tersebut. Misalnya, Australia dan Brazil sangat serius dalam mengeksport daging halal ke negara-negara yang mayoritas penduduknya adalah muslim (Algiza Hayatul Ikhasan, 2024). Ini merupakan persaingan untuk pangsa pasar. Tantangan lainnya meliputi:

- Kurangnya Pemahaman dan Kesadaran: Banyak pelaku usaha, terutama UMKM, belum memahami persyaratan dan proses sertifikasi halal.
- Kompleksitas Proses Sertifikasi: Proses yang panjang, rumit, dan kurang transparan dapat menjadi hambatan dan menunda penerbitan sertifikat.
- Perbedaan Standar Halal Global: Setiap negara memiliki standar halal sendiri, menyulitkan perdagangan produk halal antar negara.
- Tantangan untuk UMKM: UMKM menghadapi masalah ketersediaan bahan halal, pelatihan karyawan, dan pembiayaan.
- Peraturan yang Tidak Memadai: Peraturan saat ini belum cukup mendukung industri halal Indonesia.

#### 6. Prospek Standardisasi Halal di Era Globalisasi

Prospek standardisasi halal di Indonesia sangat menjanjikan:

- Potensi Pasar Global yang Besar: Sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar, Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pusat industri halal dunia. Konsumen Muslim dan non-Muslim kini mencari produk halal yang aman dan berkualitas tinggi.
- Peran Penting dalam Ekonomi Nasional: Pengembangan industri halal menciptakan lapangan kerja baru dan mendorong pertumbuhan industri terkait seperti pariwisata halal dan keuangan syariah. Industri ini berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui ekspor dan investasi.
- Penguatan Regulasi dan Infrastruktur: Pemerintah Indonesia terus memperkuat regulasi dan infrastruktur, termasuk kerja sama BPJPH dengan Lembaga sertifikasi halal internasional, meningkatkan pengakuan dan kepercayaan terhadap produk halal Indonesia.

- Inovasi dan Diversifikasi Produk: Industri halal tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman, tetapi juga mencakup farmasi, kosmetik, *fashion*, dan pariwisata. Penggunaan teknologi digital meningkatkan produktivitas dan jangkauan pasar.
- Peningkatan Kesadaran dan Edukasi: Konsumen semakin menyadari pentingnya produk halal, meningkatkan permintaan akan produk bersertifikat halal. Sertifikasi halal juga menjadi bukti komitmen perusahaan terhadap kualitas dan keamanan produk.

#### 7. Studi Kasus Perusahaan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) adalah produsen makanan olahan terbesar di Indonesia. ICBP sangat memperhatikan standar halal untuk meningkatkan ekspornya ke negara-negara berpenduduk Muslim. Tantangan yang dihadapi meliputi variasi standar halal antar negara, rantai pasok yang kompleks, dan persaingan global. Namun, dengan sertifikasi halal yang diakui internasional (dari MUI dan lembaga di negara tujuan), inovasi produk halal (misalnya varian mie instan rasa lokal), dan perluasan pasar ekspor, ICBP berhasil meningkatkan penjualan dan pendapatan.

Strategi yang diterapkan ICBP meliputi memperoleh sertifikasi halal komprehensif dari LPPOM MUI dan BPJPH, menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH) di seluruh fasilitas produksi, bekerja sama dengan lembaga halal internasional, berinvestasi dalam teknologi dan infrastruktur, komunikasi dan pemasaran yang efektif tentang status halal produk, serta pengembangan produk halal yang inovatif. Hasilnya, ICBP mampu mempertahankan pasar domestik, meningkatkan ekspor produk halal, memperkuat citra merek global, dan mendorong pertumbuhan industri halal Indonesia.

#### 8. Studi Kasus Wardah Cosmetics

Wardah Cosmetics, didirikan pada tahun 1995, adalah merek kosmetik dan perawatan kulit terkemuka di Indonesia yang memelopori kosmetik halal dengan konsep "halal is my life". Wardah berfokus pada aspek kehalalan dan kualitas produk, menciptakan berbagai produk yang diterima baik oleh pelanggan Muslim maupun non-Muslim. Tujuan ekspor utama Wardah meliputi Malaysia, Thailand, Singapura, Filipina, Korea, Hongkong, Brunei Darussalam, Timur Tengah, Bangladesh, Pakistan, Uganda, hingga Sri Lanka.

Tantangan yang dihadapi Wardah meliputi meyakinkan pasar global, standar halal yang berbeda di negara tujuan ekspor, persaingan dengan merek kosmetik global lainnya, mempertahankan integritas halal dalam ekspansi rantai pasok, dan potensi persepsi merek yang terbatas pada pelanggan Muslim. Wardah memanfaatkan peluang dari meningkatnya permintaan kosmetik halal, identitas Muslim Indonesia yang kuat, kualitas dan inovasi produk, serta dukungan pemerintah dan organisasi halal.

Strategi yang diterapkan Wardah meliputi fokus pada sertifikasi halal terpercaya dari LPPOM MUI/BPJPH, membangun citra merek yang kuat dengan identitas halal, kualitas dan inovasi produk yang berkelanjutan, ekspansi pasar yang bertahap dan strategis, pemasaran yang efektif dan edukatif, partisipasi dalam pameran dan forum internasional, serta mengutamakan nilai tambah selain halal (misalnya bahan berkualitas tinggi, inovasi teknologi, dan keberlanjutan). Hasilnya, Wardah menjadi pemimpin pasar kosmetik halal di Indonesia, berekspansi ke pasar internasional, meningkatkan kesadaran akan kosmetik halal, dan membangun citra positif produk Indonesia di mata dunia.

#### KESIMPULAN

Di era globalisasi saat ini, standarisasi halal Indonesia menawarkan banyak peluang untuk pertumbuhan ekonomi dan penguatan posisi Indonesia di kancah internasional. Namun, untuk memanfaatkan peluang ini, Indonesia perlu mengatasi berbagai tantangan melalui

kebijakan yang komprehensif, peningkatan kapasitas infrastruktur dan sumber daya manusia, meningkatkan kerja sama internasional, dan penegakan hukum yang kuat. Keberhasilan studi kasus PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dan Wardah Cosmetics menunjukkan bahwa sertifikasi halal merupakan komponen strategis penting bagi perusahaan di Indonesia. Dengan proaktif mengawasi sertifikasi halal, menerapkan sistem jaminan halal yang kuat, dan beradaptasi dengan standar global, produk halal dari Indonesia memiliki potensi besar untuk bersaing dan menjadi pemain kunci di kancah internasional.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para narasumber yang telah bersedia meluangkan waktu dan berbagi wawasan, serta kepada para pihak yang terkait. Ucapan terima kasih khusus ditujukan kepada institusi pendidikan dan perpustakaan yang telah menyediakan akses literatur berbagai sumber rujukan, serta kepada para pengulas yang memberikan masukan konstruktif untuk penyempurnaan tulisan ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan dampak positif, lebih efektif, adil, dan adaptif di Indonesia.

#### DAFTAR PUSTAKA

- A. Adang Supriyadi. 2019. *Airmanship*. Hal 183
- Abd. Kadir. 2022. *Strategi Pengembangan Industri Produk Halal*. Economics and Digital Business Review, 4 (2). Hal 217-228
- Abdul Azis Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, hlm.523
- Adamsah, Bahtiar. Subakti, Ganjar Eka. *Perkembangan Industri Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Indonesian Journal of Halal Vol 5 (1) 71- 75
- Algiza Hayatul Ikhsan.Dina Malinda.M.Faruq.dkk. 2024. *Peluang Dan Tantangan Industri Produk Halal Di Era Globalisasi*. Journal of Sharia Law Vol.3, No 3 Juli 2024, h. 805-818
- Al-Jurjani, *at-Tarifaat*, hlm 92
- Faridah, Hayyun Durrotul. 2019. *Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi*. Journal of Halal Product and Research
- Herawati, Maya. 2023. Opini: Kehalalan Sertifikasi Halal.  
<https://opini.harianjogja.com/read/2023/06/24/543/1139632/opini-kehalalan-sertifikasi-halal>
- Ibn Rajab al-Hanbali, *Jami' al-Ulum wa al-Hikam*, jilid 1 hlm 260
- Jannah, Miftahul. Malahayatie. 2024. *Analisis Tantangan dan Peluang Industri Halal di Indonesia*. Indonesian Journal of Halal Vol 7 (2), 170-175
- Mahmud Amir. 2017. *Kajian Hadis tentang Halal, Haram, dan Syubhat*. Jurnal Adabiyah Vol. 17(2)
- Mahmud Amir. 2017. *Kajian Hadis tentang Halal, Haram, dan Syubhat*. Jurnal Adabiyah Vol. 17(2)
- Op.Cit, Abd. Kair,2022 hal. 219-220
- Repo. Uin Satu. 2011
- Sholihin, Rahmat. 2024. *Konsep Halal Dan Haram (Perspektif Hukum Dan Pendidikan)*. Journal Of Islamic Law Studies Vol. 8, No. 1, 2024