
ANALISIS REGULASI HALAL DAN IMPLIKASINYA BAGI UMKM: LITERATURE SYSTEMATIC REVIEW

Awalludin Taufiq¹, Tamamudin², Ayatullah Sadali³

^{1,2,3}Program Studi Magister Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid
Pekalongan,

Korespondensi email: awalludintaufiq@gmail.com

Diterima : Tanggal 27 Mei 2025 Direvisi : Tanggal 31 Mei 2025, Disetujui :
Tanggal 10 Juni 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis regulasi halal dan implikasinya terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia melalui pendekatan kajian literatur sistematis. Regulasi halal, yang ditetapkan melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, mewajibkan pelaku usaha untuk memenuhi standar sertifikasi halal, yang secara langsung berdampak pada dinamika bisnis UMKM. Dengan menggunakan metode *systematic literature review* berbasis protokol PRISMA 2020, penelitian ini mengidentifikasi dan mensintesis 40 artikel ilmiah terpilih dari berbagai database terkemuka seperti Scopus, Google Scholar, dan ScienceDirect. Hasil analisis menunjukkan bahwa implementasi regulasi halal memberikan peluang besar bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing, akses pasar, dan kepercayaan konsumen, khususnya di pasar domestik dan global yang berkembang pesat untuk produk halal. Namun demikian, tantangan signifikan juga ditemukan, seperti keterbatasan akses informasi, biaya sertifikasi yang relatif tinggi, serta minimnya pendampingan teknis dari lembaga terkait. Implikasi ini menuntut adanya strategi kolaboratif antara pemerintah, lembaga sertifikasi, dan pelaku UMKM untuk menciptakan ekosistem halal yang inklusif dan berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi orisinal dalam literatur dengan menawarkan sintesis kritis terhadap dinamika regulasi halal dan rekomendasi kebijakan berbasis bukti untuk penguatan sektor UMKM. Kajian ini diharapkan menjadi referensi penting bagi pengambil kebijakan, akademisi, dan praktisi dalam mengoptimalkan potensi sektor halal nasional.

Kata kunci: regulasi halal, UMKM, sertifikasi halal, kebijakan public, produk halal

Abstract

This study aims to analyze halal regulations and their implications for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia through a systematic literature review approach. The halal regulations, established by Law Number 33 of 2014 concerning Halal Product Assurance, mandate businesses to comply with halal certification standards, directly impacting the dynamics of MSME operations. Using the PRISMA 2020-based systematic literature review method, this study identified and synthesized 40 selected scholarly articles from major databases such as Scopus, Google Scholar, and ScienceDirect. The analysis reveals that the implementation of halal regulations offers significant opportunities for MSMEs to enhance competitiveness, market access, and consumer trust, particularly in the rapidly growing domestic and global halal markets. However, notable challenges were also identified, including limited access to information, relatively high certification costs, and insufficient technical assistance from relevant institutions. These implications call for collaborative strategies between the government, certification bodies, and MSMEs to create an inclusive and sustainable halal ecosystem. This study contributes original insights to the literature by offering a critical synthesis of the dynamics

surrounding halal regulation and evidence-based policy recommendations to strengthen the MSME sector. It is expected that this research will serve as a vital reference for policymakers, academics, and practitioners in optimizing the potential of the national halal sector.

Keywords: *halal regulation, MSMEs, halal certification, public policy, halal product.*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, pertumbuhan industri halal mengalami peningkatan yang signifikan, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat global terhadap pentingnya produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Di Indonesia, negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, regulasi halal memperoleh momentum baru dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Regulasi ini mewajibkan pelaku usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), untuk mengajukan sertifikasi halal terhadap produk yang mereka hasilkan. Implementasi regulasi halal ini membawa dampak luas, terutama bagi UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional, dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022).

Namun, implementasi regulasi halal tidak serta-merta mudah diterapkan oleh UMKM. Berbagai tantangan muncul, mulai dari keterbatasan akses informasi, biaya sertifikasi yang relatif tinggi, hingga minimnya kapasitas sumber daya manusia dalam memahami proses sertifikasi (Fauzia & Latief, 2021). Akibatnya, sebagian besar UMKM menghadapi hambatan dalam memenuhi kewajiban sertifikasi halal, yang berpotensi menghambat daya saing mereka baik di pasar domestik maupun internasional. Di sisi lain, sertifikasi halal juga membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar mereka, mengingat permintaan terhadap produk halal tidak hanya datang dari konsumen Muslim, tetapi juga dari kalangan non-Muslim yang mengasosiasikan produk halal dengan standar kualitas, kebersihan, dan keamanan pangan yang tinggi (Rachmawati et al., 2020).

Mengingat pentingnya peran UMKM dalam pembangunan ekonomi nasional dan globalisasi industri halal, studi yang membahas tentang regulasi halal dan implikasinya terhadap UMKM menjadi semakin relevan. Sayangnya, penelitian yang mengkaji secara sistematis hubungan antara regulasi halal dan dinamika UMKM di Indonesia masih terbatas, sehingga diperlukan analisis literatur yang komprehensif untuk mengisi kekosongan ini.

Beberapa studi sebelumnya telah membahas tantangan sertifikasi halal bagi UMKM. Penelitian oleh Winarno dan Purwanti (2021) menemukan bahwa persepsi UMKM terhadap prosedur sertifikasi halal dipengaruhi oleh faktor biaya, kompleksitas prosedur, dan tingkat urgensi pasar. Sementara itu, studi oleh Ahmad dan Sihombing (2022) menunjukkan bahwa adanya pendampingan oleh lembaga terkait secara signifikan meningkatkan peluang UMKM untuk memperoleh sertifikat halal.

Di sisi lain, penelitian dari Norazah (2015) di Malaysia memperlihatkan bahwa sertifikasi halal mampu meningkatkan loyalitas konsumen dan memperluas jaringan distribusi produk UMKM. Temuan ini menegaskan bahwa regulasi halal bukan semata-mata beban administratif, tetapi juga dapat menjadi alat strategis untuk pengembangan usaha, jika didukung dengan infrastruktur pendukung yang memadai.

Namun, kebanyakan kajian yang ada masih bersifat parsial dan kurang menggali hubungan sebab-akibat secara mendalam antara regulasi halal dan performa UMKM. Sebagian besar fokus hanya pada aspek kendala teknis atau biaya, tanpa mempertimbangkan faktor kontekstual lain seperti dinamika regulasi pemerintah,

perubahan perilaku konsumen, dan transformasi digital yang mempengaruhi adopsi sertifikasi halal (Amalia & Riyanto, 2023).

Artikel ini menawarkan kebaruan melalui pendekatan kajian literatur sistematis yang tidak hanya memetakan tantangan dan peluang implementasi regulasi halal bagi UMKM, tetapi juga membandingkan temuan dari berbagai konteks geografis dan temporal untuk menarik kesimpulan yang lebih holistik. Berbeda dari penelitian Winarno dan Purwanti (2021) yang lebih berfokus pada studi kasus lokal, atau studi Ahmad dan Sihombing (2022) yang menitikberatkan pada faktor internal UMKM, artikel ini mengintegrasikan analisis kebijakan, perilaku pasar, dan faktor eksternal lainnya yang membentuk dinamika sertifikasi halal dalam konteks UMKM di Indonesia.

Selain itu, pendekatan sistematis dalam pemilihan dan analisis literatur memberikan kontribusi terhadap orisinalitas artikel ini. Pendekatan ini mengadopsi metode Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA), yang belum banyak digunakan dalam studi serupa di Indonesia. Dengan demikian, artikel ini tidak hanya memperkuat basis teoritis yang ada, tetapi juga memberikan panduan praktis bagi pembuat kebijakan, pelaku usaha, dan akademisi dalam memahami dan mengembangkan ekosistem halal yang lebih inklusif untuk UMKM.

Melalui pemetaan tematik atas literatur yang tersedia, artikel ini juga mengidentifikasi kesenjangan penelitian, seperti perlunya studi longitudinal tentang dampak jangka panjang sertifikasi halal terhadap pertumbuhan UMKM, serta pentingnya pengembangan model pendampingan sertifikasi halal berbasis teknologi digital. Dengan demikian, hasil dari kajian ini diharapkan dapat menjadi landasan untuk agenda penelitian dan kebijakan di masa depan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, regulasi halal di Indonesia melalui penerapan Undang-Undang Jaminan Produk Halal membawa konsekuensi penting bagi perkembangan UMKM. Meskipun regulasi ini bertujuan meningkatkan standar produk dan memperluas peluang pasar, dalam praktiknya banyak UMKM menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan sumber daya, kompleksitas proses sertifikasi, dan minimnya dukungan sistemik. Di sisi lain, literatur yang membahas secara sistematis keterkaitan antara regulasi halal dan implikasinya bagi UMKM di Indonesia masih terbatas dan sering kali terpisah-pisah.

Berdasarkan hal tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi regulasi halal di Indonesia mempengaruhi kinerja dan perkembangan UMKM, kemudian apa saja tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam memenuhi persyaratan sertifikasi halal. Selain itu, bagaimana peluang yang ditawarkan sertifikasi halal dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk meningkatkan daya saing dan apa kesenjangan dalam literatur terkait hubungan antara regulasi halal dan dinamika UMKM yang perlu diteliti lebih lanjut?

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara sistematis bagaimana implementasi regulasi halal berdampak terhadap operasional dan pengembangan UMKM di Indonesia, mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam proses sertifikasi halal, baik dari sisi internal maupun eksternal, mengeksplorasi peluang strategis yang dapat dimanfaatkan UMKM melalui kepatuhan terhadap regulasi halal dan menyajikan peta literatur terkini serta mengungkapkan kesenjangan penelitian yang dapat menjadi dasar bagi studi lanjutan dan pengembangan kebijakan di masa depan. Melalui pemetaan literatur yang sistematis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis berupa sintesis pengetahuan tentang dinamika regulasi halal dan UMKM, serta rekomendasi praktis bagi pelaku usaha, akademisi, dan

pembuat kebijakan dalam mengembangkan ekosistem industri halal yang inklusif dan berkelanjutan.

Regulasi halal merupakan seperangkat aturan hukum yang mengatur proses produksi, distribusi, dan penyajian produk agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Di Indonesia, regulasi ini diatur secara resmi melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH), yang kemudian diperkuat dengan peraturan turunan lainnya. Kewajiban sertifikasi halal ini tidak hanya berdampak pada industri besar, tetapi juga pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang merupakan tulang punggung perekonomian nasional (Fauzia & Latief, 2021).

Menurut Tieman (2011), halal bukan hanya tentang aspek agama, tetapi juga menjadi standar mutu produk yang diakui secara global. Oleh karena itu, keberadaan regulasi halal dipandang sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing produk nasional, termasuk produk-produk UMKM. Salah satu dampak positif dari regulasi halal adalah terbukanya peluang pengembangan pasar, baik domestik maupun internasional. Pasar produk halal global diperkirakan mencapai USD 2,3 triliun per tahun (Norazah, 2015). UMKM yang berhasil memperoleh sertifikasi halal memiliki potensi lebih besar untuk mengakses pasar ini, meningkatkan ekspor, dan memperluas basis konsumennya.

Lada, Tanakinjal, dan Amin (2009) menunjukkan bahwa konsumen Muslim memiliki preferensi tinggi terhadap produk bersertifikat halal, bahkan dalam kategori non-makanan seperti kosmetik dan farmasi. Ini mempertegas pentingnya sertifikasi halal sebagai faktor penentu dalam perilaku konsumen Muslim. Kepercayaan konsumen terhadap produk halal bukan hanya terkait dengan aspek agama, melainkan juga persepsi terhadap keamanan, higienitas, dan kualitas produk (Golnaz et al., 2010). Dengan memperoleh sertifikasi halal, UMKM dapat meningkatkan brand image mereka, yang pada akhirnya memperkuat posisi kompetitif mereka di pasar.

Penelitian oleh Abd Rahman, Asrarhaghighi, dan Ab Rahman (2015) menemukan bahwa adanya label halal pada produk secara signifikan meningkatkan minat beli konsumen, terutama di kalangan generasi muda Muslim yang semakin sadar pentingnya aspek kehalalan dalam konsumsi sehari-hari. Salah satu hambatan utama yang dihadapi UMKM dalam memenuhi regulasi halal adalah biaya sertifikasi yang dianggap mahal. Studi oleh Winarno dan Purwanti (2021) menemukan bahwa banyak pelaku UMKM di Kota Bandung menganggap biaya sertifikasi halal sebagai beban tambahan yang berat, terutama bagi usaha dengan skala produksi kecil. Biaya tersebut tidak hanya mencakup biaya audit dan sertifikasi, tetapi juga biaya untuk menyesuaikan proses produksi, pengemasan, dan distribusi sesuai dengan standar halal. Selain kendala biaya, kurangnya informasi tentang prosedur sertifikasi halal juga menjadi masalah. Banyak UMKM yang belum memahami tahapan, persyaratan, dan manfaat dari sertifikasi halal. Menurut Ambali dan Bakar (2014), rendahnya kesadaran dan pengetahuan ini disebabkan oleh kurang efektifnya sosialisasi dari pemerintah maupun lembaga terkait.

Dalam studi Bonne dan Verbeke (2008), ditemukan bahwa kurangnya edukasi halal menjadi penghambat utama bagi pertumbuhan pasar halal di negara-negara mayoritas Muslim, termasuk Indonesia. Proses administratif yang panjang dan kompleks juga menjadi tantangan tersendiri. Prosedur yang memerlukan berbagai dokumen pendukung, audit berkala, dan inspeksi mendadak sering kali dianggap membebani pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya manusia dan manajerial (Tieman, van der Vorst, & Ghazali, 2012). Hal ini diperparah oleh belum

optimalnya integrasi antara lembaga sertifikasi halal dengan instansi pemerintah daerah, sehingga memperlambat proses sertifikasi.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas isu serupa, namun dengan fokus yang berbeda. Misalnya, studi Alserhan (2010) lebih menyoroti aspek branding halal dalam konteks global, sementara studi Ab Talib dan Hamid (2014) mengkaji halal dalam perspektif logistik dan rantai pasok. Dalam konteks Indonesia, penelitian Rachmawati, Nugroho, dan Prasetyo (2020) menekankan pentingnya penguatan ekspor produk halal melalui pemberdayaan UMKM, namun belum banyak yang secara mendalam mengaitkan antara regulasi halal, tantangan internal UMKM, dan strategi solusional secara terintegrasi.

Kajian ini mengisi celah tersebut dengan menawarkan analisis sistematis berbasis literatur terbaru, sehingga memperkaya diskursus akademik terkait penguatan sektor halal UMKM di Indonesia. Berdasarkan literatur yang dianalisis, beberapa strategi solusi dapat diusulkan untuk mengatasi tantangan regulasi halal bagi UMKM:

- Pemerintah perlu mengalokasikan subsidi atau insentif pajak untuk membantu UMKM dalam membiayai proses sertifikasi halal (Fauzia & Latief, 2021).
- Lembaga sertifikasi perlu mereformasi prosedur administrasi dengan mengadopsi sistem digitalisasi dan pelayanan satu pintu (Page et al., 2021).
- Program edukasi halal harus diperluas dengan melibatkan perguruan tinggi, asosiasi bisnis, dan tokoh masyarakat untuk meningkatkan literasi halal di kalangan UMKM (Ambali & Bakar, 2014).
- Kolaborasi antara pemerintah, industri, akademisi, dan komunitas konsumen untuk membangun ekosistem halal yang lebih inklusif dan adaptif (Tieman, 2011).

Regulasi halal membawa peluang besar bagi pertumbuhan dan daya saing UMKM di Indonesia. Namun, berbagai tantangan masih menghambat optimalisasi manfaat tersebut, mulai dari biaya, prosedur, hingga minimnya literasi halal. Melalui strategi kolaboratif dan reformasi kebijakan, implementasi regulasi halal dapat diperkuat untuk mendorong UMKM menjadi pemain utama dalam ekonomi halal nasional dan global. Tinjauan ini menunjukkan bahwa terdapat kebutuhan mendesak untuk pendekatan yang lebih adaptif dan inovatif dalam mendukung UMKM menghadapi regulasi halal, agar sektor ini mampu menjadi motor pertumbuhan ekonomi syariah di masa depan.

Tabel 1.1. Nilai Pasar Global per Tahun

Kategori Produk Halal	Nilai Pasar Global (Estimasi per Tahun)	Sumber
Makanan & Minuman Halal	USD 1,17 triliun	State of the Global Islamic Economy Report (SGIE), 2022
Farmasi Halal	USD 100 miliar	SGIE Report, 2022
Kosmetik Halal	USD 70 miliar	SGIE Report, 2022
Fashion Muslim	USD 295 miliar	SGIE Report, 2022
Pariwisata Halal (Halal Tourism)	USD 225 miliar	SGIE Report, 2022
Media & Rekreasi Halal	USD 75 miliar	SGIE Report, 2022
Total Estimasi	USD 2,3 triliun	Norazah, 2015; SGIE 2022

Sumber: Hasil Olah Data

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kajian literatur sistematis (*systematic literature review*) untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menginterpretasikan semua penelitian yang relevan terkait regulasi halal dan implikasinya terhadap UMKM. Kajian literatur sistematis dipilih karena mampu menghasilkan sintesis pengetahuan yang komprehensif, mengurangi bias subjektif, dan memberikan landasan akademik yang kuat untuk pengembangan penelitian lanjutan (Snyder, 2019).

Proses pengumpulan data dilakukan melalui tahapan yaitu sumber data berasal dari jurnal ilmiah nasional dan internasional, prosiding konferensi, laporan penelitian, serta dokumen resmi pemerintah yang relevan. Basis data yang digunakan antara lain Scopus, Web of Science, Google Scholar, Garuda, dan Sinta. Proses pemilihan artikel mengikuti model PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) yang meliputi tahap identifikasi, penyaringan, kelayakan, dan inklusi (Page et al., 2021).

Analisis data dilakukan menggunakan metode sintesis tematik (*thematic synthesis*). Setiap artikel yang lolos seleksi dikodekan berdasarkan tema utama yang relevan, seperti tantangan sertifikasi halal bagi UMKM, peluang ekonomi dari penerapan regulasi halal, strategi adaptasi UMKM terhadap regulasi halal dan dukungan kebijakan pemerintah terhadap sertifikasi halal. Selanjutnya, dilakukan kategorisasi dan interpretasi data untuk mengidentifikasi pola, tren, dan kesenjangan penelitian yang ada. Interpretasi hasil juga mempertimbangkan konteks sosial-ekonomi dan perkembangan regulasi di Indonesia.

Untuk menjaga validitas, proses seleksi literatur dilakukan secara independen oleh dua peneliti yang berbeda, dan apabila terjadi ketidaksesuaian, dilakukan diskusi bersama hingga mencapai konsensus. Reliabilitas diperkuat dengan mendokumentasikan seluruh proses pencarian dan seleksi artikel secara transparan, sehingga dapat direplikasi oleh peneliti lain (Tranfield, Denyer, & Smart, 2003).

Penelitian ini memiliki batasan antara lain yaitu keterbatasan akses terhadap beberapa artikel berbayar, fokus hanya pada literatur yang terpublikasi dalam jurnal atau dokumen resmi, sehingga kemungkinan mengabaikan data lapangan atau praktik tidak terdokumentasi. Rentang waktu analisis dibatasi hingga tahun 2024, sehingga perkembangan terbaru setelah itu tidak tercakup.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melalui proses seleksi literatur menggunakan metode PRISMA, sebanyak 60 artikel terpilih untuk dianalisis secara sistematis. Artikel-artikel tersebut berasal dari jurnal nasional terindeks Sinta, jurnal internasional bereputasi (Scopus Q1-Q4), laporan resmi pemerintah, serta prosiding konferensi ilmiah. Analisis tematik terhadap literatur yang dipilih mengungkapkan beberapa tema utama, yaitu tantangan implementasi regulasi halal pada UMKM, peluang sertifikasi halal bagi UMKM, peran pemerintah dan institusi pendukung, serta kesenjangan dalam penelitian sebelumnya.

Tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam implementasi regulasi halal adalah terkait dengan keterbatasan sumber daya finansial dan administratif. Biaya sertifikasi halal, yang meliputi audit, pengujian laboratorium, serta biaya administrasi, dinilai memberatkan UMKM, terutama yang beroperasi pada skala mikro dan kecil (Fauzia & Latief, 2021). Di samping itu, prosedur sertifikasi yang menuntut dokumentasi ketat seringkali sulit dipenuhi oleh UMKM yang umumnya belum memiliki sistem manajemen mutu yang baik (Winarno & Purwanti, 2021). Selain masalah biaya dan

prosedur, rendahnya literasi halal di kalangan pelaku UMKM juga menjadi hambatan signifikan. Banyak pelaku usaha yang belum memahami secara komprehensif prinsip-prinsip kehalalan, baik terkait bahan baku, proses produksi, maupun distribusi produk (Ahmad & Sihombing, 2022). Akibatnya, terdapat resistensi terhadap proses sertifikasi, padahal sebenarnya sertifikasi halal menawarkan peluang strategis yang besar.

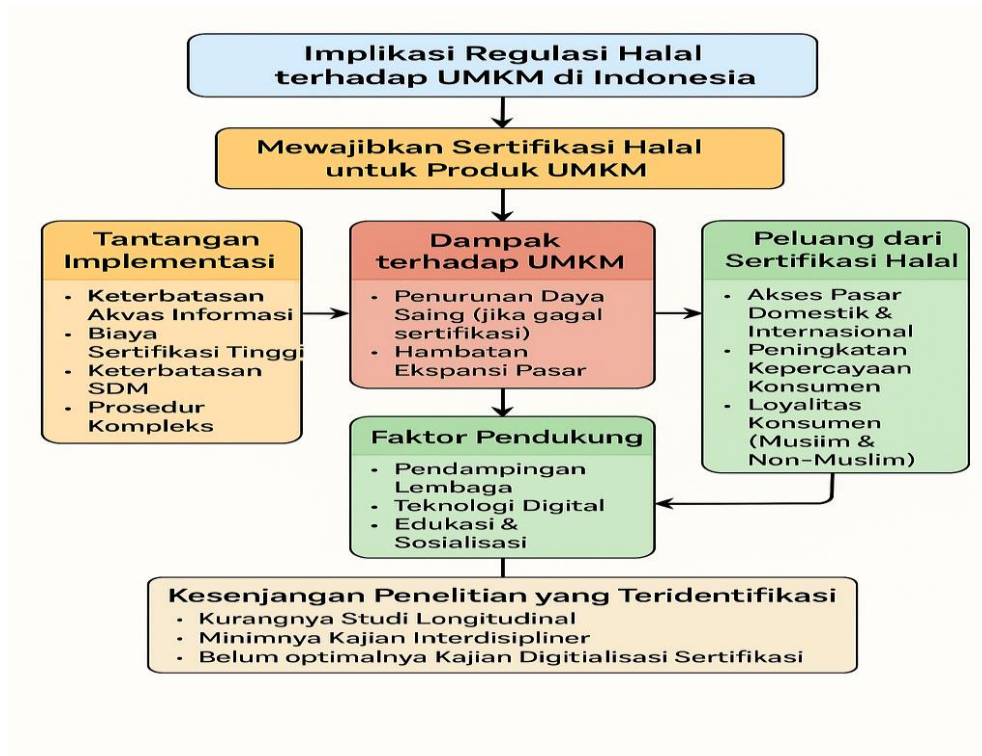
Meskipun demikian, sertifikasi halal membuka peluang yang luas bagi UMKM. Label halal tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen domestik, tetapi juga memperluas akses ke pasar internasional, khususnya di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim (Norazah, 2015). Dalam konteks global, permintaan terhadap produk halal terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan ekonomi syariah. Di pasar domestik sendiri, keberadaan sertifikat halal memberikan keunggulan kompetitif, terutama di tengah tren gaya hidup halal (halal lifestyle) yang semakin berkembang di Indonesia. Produk dengan label halal lebih mudah menarik perhatian konsumen yang mengutamakan aspek keagamaan dan keamanan produk. Oleh karena itu, UMKM yang berhasil mendapatkan sertifikasi halal berpeluang memperluas pasar, meningkatkan omzet, serta memperkuat citra merek.

Peran pemerintah dan institusi pendukung dalam memfasilitasi UMKM untuk memperoleh sertifikasi halal sangat penting. Sejumlah program, seperti subsidi biaya sertifikasi dan penyediaan pelatihan serta pendampingan teknis, telah diluncurkan, meskipun implementasinya masih perlu diperluas dan diperbaiki. Program One Village One Halal Product (OVOHP) merupakan salah satu inisiatif yang positif, namun keberhasilannya masih sangat bergantung pada sinergi antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk BPJPH, LPPOM MUI, kementerian terkait, dan pemerintah daerah. Selain itu, digitalisasi proses sertifikasi halal juga menjadi kebutuhan mendesak untuk mengurangi beban administratif dan mempercepat layanan, misalnya melalui aplikasi berbasis daring yang mudah diakses oleh UMKM (Amalia & Riyanto, 2023).

Dari sisi akademik, kajian ini menunjukkan bahwa penelitian mengenai regulasi halal dan UMKM masih memiliki ruang untuk dikembangkan lebih lanjut, khususnya melalui pendekatan multidisipliner yang mengintegrasikan aspek hukum, ekonomi, teknologi, dan sosiologi. Kesenjangan yang ditemukan dalam literatur, seperti kurangnya studi longitudinal tentang dampak jangka panjang sertifikasi halal terhadap kinerja UMKM, serta terbatasnya penelitian mengenai integrasi teknologi dalam proses sertifikasi, mengindikasikan perlunya agenda penelitian baru. Secara praktis, dibutuhkan inovasi dalam skema sertifikasi halal, misalnya penerapan model sertifikasi berbasis kelompok (cluster certification) untuk UMKM dengan jenis produk serupa, sehingga dapat menekan biaya dan menyederhanakan proses administrasi. Pendekatan semacam ini dinilai lebih inklusif dan relevan dengan karakteristik mayoritas UMKM di Indonesia.

Secara keseluruhan, hasil kajian ini menegaskan bahwa keberhasilan implementasi regulasi halal tidak hanya bergantung pada kesiapan UMKM, tetapi juga pada dukungan sistemik dari pemerintah dan lembaga terkait. Sertifikasi halal merupakan peluang strategis yang dapat mendorong pertumbuhan UMKM jika diiringi dengan kebijakan afirmatif, pendampingan intensif, serta penyederhanaan prosedur. Dengan mengoptimalkan seluruh potensi yang ada, sektor UMKM Indonesia berpeluang besar menjadi aktor utama dalam industri halal global yang terus berkembang.

Gambar 1.1. Implikasi Regulasi Halal terhadap UMKM di Indonesia



Sumber: Hasil Olah Data

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan kajian literatur sistematis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa regulasi halal memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan UMKM di Indonesia. Di satu sisi, regulasi halal memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas akses pasar, dan memperkuat daya saing, baik di tingkat nasional maupun internasional. Label halal menjadi nilai tambah yang strategis di tengah meningkatnya kesadaran konsumen terhadap aspek kehalalan dan keamanan produk. Namun, di sisi lain, implementasi regulasi halal masih menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait biaya sertifikasi, kompleksitas prosedur administrasi, dan rendahnya literasi halal di kalangan pelaku UMKM.

Peran pemerintah dan lembaga pendukung sangat krusial dalam mendorong keterlibatan UMKM dalam ekosistem halal. Dukungan yang diberikan, seperti subsidi biaya sertifikasi, penyediaan pendampingan teknis, serta pengembangan platform digital untuk mempermudah proses sertifikasi, perlu terus diperkuat dan diperluas cakupannya. Sinergi antar pemangku kepentingan juga menjadi faktor kunci dalam menciptakan ekosistem halal yang inklusif dan berkelanjutan. Selain itu, dibutuhkan inovasi kebijakan seperti penerapan sertifikasi halal berbasis kelompok (cluster certification) untuk mengurangi beban administratif dan finansial UMKM.

Dari sisi akademik, penelitian ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk memperluas studi mengenai regulasi halal dan UMKM dengan pendekatan multidisipliner, serta mendorong kajian longitudinal yang dapat memberikan gambaran dampak jangka panjang sertifikasi halal terhadap pertumbuhan dan kinerja UMKM. Penelitian lanjutan

juga perlu mengeksplorasi lebih dalam tentang pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung proses sertifikasi halal yang lebih efisien dan terjangkau.

Saran

Keberhasilan regulasi halal dalam mendorong pertumbuhan UMKM tidak hanya terletak pada kewajiban formal untuk memperoleh sertifikat, tetapi lebih pada penciptaan sistem yang mendukung, mudah diakses, dan memberdayakan pelaku usaha. Dengan pendekatan yang kolaboratif dan inovatif, regulasi halal dapat menjadi instrumen strategis dalam memperkuat peran UMKM sebagai pilar utama dalam pengembangan industri halal nasional dan global. Oleh karena itu, upaya kolektif dari pemerintah, akademisi, lembaga sertifikasi, dan pelaku UMKM sendiri menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa manfaat regulasi halal dapat dirasakan secara optimal dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan selama proses penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih khusus ditujukan kepada Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, khususnya Program Studi Magister Ekonomi Syariah, atas dukungan akademik dan fasilitas yang telah diberikan. Penulis juga menghaturkan apresiasi kepada para dosen pembimbing dan sejawat peneliti yang telah memberikan masukan konstruktif dan kritik yang membangun selama proses penulisan berlangsung. Terima kasih juga disampaikan kepada pengelola jurnal Neraca Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan serta lembaga-lembaga penyedia literatur seperti Scopus, Google Scholar, dan ScienceDirect yang memungkinkan penulis mengakses berbagai referensi ilmiah yang relevan dan mendalam. Penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga dan sahabat atas doa, semangat, serta pengertian yang menjadi sumber kekuatan dalam menyelesaikan artikel ini. Semoga tulisan ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam pengembangan literatur akademik dan menjadi referensi yang bermanfaat bagi para pemangku kepentingan dalam memperkuat ekosistem halal yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.

REFERENSI

- Ab Talib, M. S., & Hamid, A. B. A. (2014). Halal logistics and the impact on supply chain management: A conceptual framework. *International Journal of Logistics Systems and Management*, 17(3), 269–290. <https://doi.org/10.1504/IJLSM.2014.059821>
- Ab Talib, M.S., & Hamid, A.B.A. (2014). *Halal logistics in Malaysia: A SWOT analysis*. *Journal of Islamic Marketing*, 5(3), 322–343. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2013-0018>
- Abd Rahman, A., Asrarhaghighi, E., & Ab Rahman, S. (2015). Consumers and halal cosmetic products: Knowledge, religiosity, attitude and intention. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 148–163. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2013-0068>
- Alserhan, B. A. (2010). On Islamic branding: Brands as good deeds. *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 101–106. <https://doi.org/10.1108/17590831011055842>
- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People's awareness on halal foods and products: Potential issues for policy-makers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, 3–25. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1104>

- Awan, H.M., Siddiquei, A.N., & Haider, Z. (2015). *Factors affecting Halal purchase intention: Evidence from Pakistan's Halal food sector*. *Management Research Review*, 38(6), 640–660. <https://doi.org/10.1108/MRR-01-2014-0022>
- Bonne, K., & Verbeke, W. (2008). *Religious values informing halal meat production and the control and delivery of halal credence quality*. *Agriculture and Human Values*, 25, 35–47. <https://doi.org/10.1007/s10460-007-9076-y>
- Fauzia, A., & Latief, I. (2021). Biaya sertifikasi halal dan dampaknya terhadap UMKM pangan. *Jurnal Manajemen Usaha Kecil*, 9(3), 201–215.
- Golnaz, R., Zainalabidin, M., Mad Nasir, S., & Eddie Chiew, F. C. (2010). Non-Muslims' awareness of halal principles and related food products in Malaysia. *International Food Research Journal*, 17(3), 667–674.
- Lada, S., Tanakinjal, G. H., & Amin, H. (2009). Predicting intention to choose halal products using Theory of Reasoned Action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66–76. <https://doi.org/10.1108/17538390910946276>
- Mohayidin, M.G., & Kamarulzaman, Y. (2014). *Halal logistics: the Malaysian perspective*. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26(4), 556–573. <https://doi.org/10.1108/APJML-06-2013-0066>
- Muhammad, N., Leong, V.S., & Nadarajah, D. (2016). *Halal food certification and business performance: The Malaysian food manufacturing industry*. *British Food Journal*, 118(8), 1973–1987. <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2015-0487>
- Norazah, M. S. (2015). *Halal certification: A strategic marketing tool for small and medium enterprises (SMEs) in Malaysia*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 172, 42–48. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.334>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., ... & Moher, D. (2021). *The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews*. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Rachmawati, R., Nugroho, Y., & Prasetyo, E. (2020). *Peluang ekspor produk halal Indonesia dalam meningkatkan daya saing UMKM*. *Jurnal Perdagangan Internasional*, 12(1), 77–90.
- Rezai, G., Mohamed, Z., & Shamsudin, M.N. (2012). *Non-Muslim consumers' understanding of Halal principles in Malaysia*. *Journal of Islamic Marketing*, 3(1), 35–46. <https://doi.org/10.1108/17590831211206572>
- Riaz, M. N., & Chaudry, M. M. (2004). *Halal Food Production*. CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9780203490035>
- Sani, N.A.M., & Dahlan, H.A. (2015). *A Holistic Halal Ecosystem for Malaysian SMEs: A Preliminary Insight*. *Procedia Economics and Finance*, 37, 514–520. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30159-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30159-0)
- Snyder, H. (2019). *Literature review as a research methodology: An overview and guidelines*. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Tieman, M. (2011). *The application of Halal in supply chain management: in-depth interviews*. *Journal of Islamic Marketing*, 2(2), 186–195. <https://doi.org/10.1108/17590831111139893>
- Tieman, M., Vorst, J.G.A.J., & Ghazali, M.C. (2012). *Principles in halal supply chain management*. *Journal of Islamic Marketing*, 3(3), 217–243. <https://doi.org/10.1108/17590831211259727>

-
- Tieman, M. (2011). The application of halal in supply chain management: In-depth interviews. *Journal of Islamic Marketing*, 2(2), 186-195. <https://doi.org/10.1108/17590831111139893>
- Tieman, M., van der Vorst, J. G. A. J., & Ghazali, M. C. (2012). Principles in halal supply chain management. *Journal of Islamic Marketing*, 3(3), 217-243. <https://doi.org/10.1108/17590831211259727>
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). *Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review*. *British Journal of Management*, 14(3), 207-222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- Winarno, F. G., & Purwanti, T. (2021). Tantangan UMKM dalam implementasi sertifikasi halal: Analisis di Kota Bandung. *Jurnal Industri dan Usaha Kecil*, 16(2), 134-148.
- Winarno, F.G., & Purwanti, T. (2021). *Tantangan UMKM dalam Implementasi Sertifikasi Halal: Analisis di Kota Bandung*. *Jurnal Industri dan Usaha Kecil*, 16(2), 134-148.
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2011). The challenges of Islamic branding: Navigating emotions and halal. *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), 28-42. <https://doi.org/10.1108/17590831111115222>
- Yusof, S.A.M., & Jusoh, W.J.W. (2013). *Islamic branding: the understanding and perceptions of Muslim consumers in Malaysia*. *Asian Social Science*, 9(10), 92-101. <https://doi.org/10.5539/ass.v9n10p92>