

POLICY PAPER



Kementerian Agama RI
Badan Litbang dan Diklat

TIM PENYUSUN:

Haris Burhani

Aziz Awaludin

Didid Haryadi

Fauziah

Sudahkah Muslim Milenial Indonesia Sadar Halal?

Puslitbang Bimas Agama dan Layanan Keagamaan
Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI
Jakarta, 2020

POLICY PAPER

Sudahkah Muslim Milenial Indonesia Sadar Halal?

**Policy Paper ini disusun berdasarkan hasil Penelitian
Kesadaran Halal pada Generasi Muslim Milenial di Indonesia**

Tim Peneliti

Dr. Fauziah, MM (Ketua)
Achmad Rosyidi, S.Ag, M.Hum
Prof. Dr. Koeswinarno, M.Hum
Drs. Zaenal Abidin, M.Si
Fakhruddin M., S.Sos, M.Si
Akmal Salim Ruhana, SHI, MPP
R. Adang Nofandi, S.Sos, M.Ikom
Edi Junaedi, S.Ag
Agus Mulyono, S.Sos.I



Puslitbang Bimas Agama dan Layanan Keagamaan
Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama
Jakarta, 2020

POLICY PAPER

Sudahkah Muslim Milenial Indonesia Sadar Halal?

ISBN : xxx

Desain Cover dan Layout : Muzakki Nadfi

vi + 6 hlm; 21 x 29,7 cm | Cetakan I, 2020

© Puslitbang Bimas Agama dan Layanan Keagamaan



Diterbitkan Oleh:

Puslitbang Bimas Agama dan Layanan Keagamaan

Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama

Jl. HM Thamrin No. 6, Jakarta Pusat

Telp./Fax: 021-2120 1516, 3920 674

Website: balitbangdiklat.kemenag.go.id

Instagram : @puslitbang1.kemenag

AKRONIM

BPJPH	: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal
JPH	: Jaminan Produk Halal
Kemenag	: Kementerian Agama
Renstra	: Rencana Strategis
RPJMN	: Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional
SK	: Sasaran Kegiatan
SP	: Sasaran Program
SS	: Sasaran Strategis
UU	: Undang-undang

DAFTAR ISI

AKRONIM.....	iii
RINGKASAN EKSEKUTIF	v
PENGANTAR	1
<i>Penelitian “Kesadaran Halal pada Generasi Muslim Milenial di Indonesia”</i>	1
<i>Pertanyaan Penelitian:</i>	1
<i>Teknik Pengambilan Sampel</i>	1
<i>Dimensi</i>	2
<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	2
<i>Teknik Analisis Data</i>	2
KONDISI FAKTUAL	2
<i>Generasi Milenial dan Halal Lifestyle</i>	2
<i>Hasil Penelitian “Kesadaran Halal pada Generasi Muslim Milenial di Indonesia”</i>	3
<i>Kebijakan Jaminan Produk Halal</i>	3
<i>Undang-undang Halal</i>	3
<i>Program Layanan Produk Halal Kemenag</i>	4
ANALISIS MASALAH	5
1. <i>Rendahnya pengetahuan Generasi Muslim Milenial</i>	5
2. <i>Belum optimalnya kegiatan sosialisasi produk halal</i>	5
3. <i>Permasalahan terkait Kebijakan</i>	5
REKOMENDASI	6
DAFTAR PUSTAKA	6

RINGKASAN EKSEKUTIF

Policy paper (naskah kebijakan) ini secara khusus memuat analisis terhadap hasil survei Kesadaran Halal dan kebijakan-kebijakan jaminan produk halal. Kementerian Agama RI melakukan riset tentang “Kesadaran Halal pada Generasi Muslim Milenial di Indonesia” pada 2020 sebagai upaya memahami lebih jauh tentang persepsi muda-mudi muslim Indonesia tentang produk halal. Riset ini kemudian melahirkan Indeks Kesadaran Halal (IKH). *Policy paper* ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi mengoptimalkan layanan produk halal. Naskah ini memuat tiga bagian utama:

Pertama, **kondisi faktual**. Potensi produk halal di Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar, sangat tinggi. Menurut data BPS saat ini jumlah milenial di Indonesia diperkirakan mencapai 33%. Sehingga, mereka menjadi kelompok yang perlu mendapat perhatian khusus. Terkait kebijakan, Undang-undang No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mengatur tentang jaminan produk halal kepada konsumen dengan memastikan bahwa seluruh proses produk halal tersebut telah terjamin kehalalannya. Juga, Kemenag RI melakukan intervensi dengan program layanan produk halal dalam Renstra 2020-2024. Program terkait pelayanan produk halal tertuang di Sasaran Strategis 4 (SS4), yaitu: “Meningkatnya kualitas pelayanan kehidupan beragama.” Salah satu indikator kinerja dalam SS4 adalah: *Tingkat kepuasan layanan sertifikasi produk halal*.

Kedua, **analisis masalah**. Dalam naskah kebijakan ini ada 3 masalah utama dalam jaminan produk halal saat ini, yaitu:

1. *Masih rendahnya pengetahuan Generasi Muslim Milenial akan kriteria produk halal*. Survei “Kesadaran Halal pada Generasi Muslim Milenial di Indonesia” menemukan bahwa kebanyakan Generasi Muslim Milenial memiliki pemahaman yang kurang tentang kriteria produk halal. Kesadaran halal atau *halal awareness* merupakan tingkat pemahaman umat muslim dalam mengetahui isu-isu terkait konsep halal. Pengetahuan tersebut termasuk didalamnya mengetahui apa itu halal dan bagaimana proses produksi suatu produk sesuai standar halal dalam Islam.
2. *Belum optimalnya kegiatan sosialisasi produk halal sebagai edukasi pada Generasi Muslim Milenial*. Temuan riset ini juga menunjukkan masalah lain, yaitu edukasi atau kampanye produk halal bagi Generasi Muslim Milenial masih belum maksimal. Dalam proses sosialisasi jaminan produk halal, keterlibatan secara aktif generasi muda muslim khususnya masih lemah. Ini dikhawatirkan dapat menghambat edukasi akan pentingnya mengkonsumsi produk-produk halal kepada masyarakat luas.

3. *Masih terdapat beberapa isu dalam kebijakan yang ada.* Beberapa pihak menganggap bahwa implementasi perundangan jaminan produk halal yang tertuang dalam UU JPH dan PP UU JPH ini memberatkan dunia usaha dan sulit diterapkan dan berpotensi mengganggu iklim investasi di Tanah Air. Salah satu poin yang perlu direvisi adalah kewajiban sertifikasi halal pada produk farmasi. Selama ini, obat dan vaksin menggunakan bahan baku kimia dari berbagai negara, kondisi ini akan menyulitkan lembaga penerbit sertifikat halal dalam melakukan verifikasi.

Ketiga, **rekomendasi**. Setelah menganalisa dan mendiskusikan kondisi faktual dan permasalahan yang ada berdasarkan hasil survei dan sumber lain yang relevan, berikut adalah beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat terealisasi agar program jaminan produk halal berjalan lebih baik lagi:

- **Mengoptimalkan pendidikan sadar halal:** BPJH perlu memastikan optimalisasi sosialisasi dan edukasi pada masyarakat, khususnya Generasi Muslim Milenial tentang pemahaman mendalam akan produk halal. Terutama, gerakan edukasi dan sosialisasi yang massif berbasis digital perlu dapat lebih diintensifkan.
- **Meningkatkan kerjasama dengan pihak lain:** Kementerian Agama RI harus menjalin kerjasama yang lebih masif dengan berbagai *stakeholder* yang aktif dalam isu halal. Misalnya, NGO, Ormas, organisasi kepemudaan, instansi pendidikan, pelaku usaha, penyuluh, dan juga unit internal Kemenag perlu dikoordinasikan terkait program-program yang tengah dikerjakan Kemenag RI.
- **Mengoptimalkan pelayanan registrasi dan sertifikasi sertifikat halal:** BPJPH diharapkan dapat optimal dalam wewenang proses auditing pengajuan atas layanan penerbitan sertifikat halal sehingga keyakinan masyarakat pada label halal dapat semakin baik dan positif. Hal ini juga berimplikasi bahwa BPJPH dapat juga dengan tegas menindak apabila terdapat penyalahgunaan pada label halal yang beredar di masyarakat.
- **Memberikan sanksi atas pelanggaran:** BPJPH direkomendasikan agar selain memberikan layanan prima dalam proses penerbitan, dapat juga menyiapkan perangkat sanksi dan hukuman atas pelanggaran aturan dan penyalahgunaan label halal yang ada di masyarakat.
- **Meningkatkan koordinasi dengan kementerian dan lembaga lain:** Kemenag RI melakukan koordinasi dengan Kementerian Perindustrian dalam hal implementasi jaminan produk halal yang tertuang dalam UU JPH dan PP UU JPH. Ini dilakukan agar tidak memberatkan dunia usaha.

PENGANTAR

Tren industri halal menjadi perbincangan hangat di dunia bisnis internasional saat ini. Jual beli produk halal mencapai \$254 miliar dan mendorong perekonomian 1-3% GDP (*Gross Domestic Product*) pada negara-negara OKI (Organisasi Kerjasama Islam), termasuk Indonesia. Menurut *Global Islamic Economy Report 2019/2020* Indonesia menempati posisi ke-5 dalam perkembangan industri halal. Hal tersebut sangat kontras dengan kondisi Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki populasi muslim terbesar yang seharusnya memiliki potensi dan kesempatan yang besar dalam industri halal. Hal ini menjadi sebuah tantangan untuk Indonesia dalam mengembangkan kualitas dan kuantitas dalam industri tersebut.

Jumlah penduduk muslim di Indonesia mencapai 207.176.162 jiwa atau sekitar 87.18% dari total penduduknya (www.bps.go.id). Jumlah ini setara dengan 13 persen dari total populasi muslim di dunia (Abdul, dkk, 2012). Memperhatikan fakta internasional dan nasional terkait data jumlah besar masyarakat muslim, hal ini memunculkan kesadaran global terkait kehalalan produk, kehalalan treat dan sistem syari'ah. Menurut Wilson Liu (2011), paradigma halal ini menjadi penting guna meningkatkan kesadaran masyarakat muslim dalam mengambil keputusan pola konsumsi penduduk.

Di Indonesia pengakuan halal atas sebuah produk yang ditunjukkan dengan label/logo halal pada kemasannya dikeluarkan secara resmi oleh BPJPH (Badan penyelenggara Jaminan Produk Halal) berdasarkan fatwa halal yang tertulis yang dikeluarkan oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia). Adanya sertifikasi dan label halal memberikan kepastian hukum atas status kehalalan

produk-produk yang beredar. Untuk itu Kemenag merasa perlu untuk melakukan penelitian tentang kesadaran halal di tengah masyarakat.

Penelitian "Kesadaran Halal pada Generasi Muslim Milenial di Indonesia"

Dalam upaya memahami lebih jauh tentang persepsi muda-mudi muslim Indonesia, Kementerian Agama RI melakukan riset tentang "Kesadaran Halal pada Generasi Muslim Milenial di Indonesia" pada 2020 dengan fokus pada generasi muda. Riset ini kemudian melahirkan Indeks Kesadaran Halal (IKH). Studi ini juga menjadi sumber utama dalam penyusunan *policy paper* ini dengan juga memasukkan temuan dan data lain dari berbagai sumber.

Pertanyaan Penelitian:

1. Bagaimana deskripsi kesadaran halal *zatiyah* (syar'i) pada generasi muslim milenial Indonesia?
2. Bagaimana deskripsi kesadaran halal higienis pada generasi muslim milenial Indonesia?
3. Bagaimana deskripsi kesadaran halal keamanan produk pada generasi muslim milenial Indonesia?
4. Bagaimana deskripsi kesadaran halal kualitas pada generasi muslim milenial Indonesia?
5. Dimensi sadar manakah yang paling dominan dalam mengkonstruksi kesadaran halal pada Generasi Muslim Milenial Indonesian?

Teknik Pengambilan Sampel

Sejumlah 840 orang generasi muda muslim dari lima Provinsi (DKI Jakarta; Jawa Barat; Banten; Jawa Tengah; dan Yogyakarta) ikut serta dalam survei Indeks Kesadaran Halal ini dengan penentuan metode sampling *non*

probability, yaitu kriteria responden adalah konsumen muslim yang berusia di atas minimal 17 tahun dan maksimal 25 tahun dan melakukan pembelian berdasarkan pengambilan keputusan sendiri.

Dimensi

Penelitian ini menggunakan empat kategori kesadaran halal, di mana pada setiap kategori terbagi pada dua dimensi kesadaran, yaitu: intrinsik dan ekstrinsik. Dimensi kesadaran intrinsik direfleksikan dengan indikator keyakinan; pengetahuan; dan preferensi.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk proses pengumpulan data penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner dengan jenis skala Likert dan Guttman. Pada riset ini, skala Likert memiliki bobot jawaban 1-4 dan skala Guttman memiliki jawaban dari 0-1.

Teknik Analisis Data

Dalam menganalisa data, beberapa teknik analisis data digunakan. Pertama, analisis deskriptif dilakukan untuk menjelaskan demografi responden yang meliputi informasi gender, usia, Provinsi, Kota/Kabupaten, pendidikan dan pekerjaan. Kedua, pendekatan yang digunakan dalam analisis faktor ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS). Pemilihan pendekatan analisis PLS ini adalah dikarenakan pada analisis ini tidak menuntut pemenuhan uji asumsi atau syarat seperti uji normalitas dan multikolinieritas.

KONDISI FAKTUAL

Masyarakat Muslim Indonesia melihat bahwa makanan halal harus diatur dengan baik. Perkembangan permintaan sertifikat halal dari tahun ke tahun

cenderung mengalami peningkatan, pada tahun 2017, LPPOM MUI menerbitkan sertifikat halal sebanyak 8.157 unit dengan total 127.286 jenis produk. Sekarang, meski pengelolaan sertifikasi dan registrasi halal berada di pemerintah dengan BPJH Kemenag RI yang menjadi penanggung-jawab, potensi halal diyakini terus berkembang dan akan semakin besar.

Antara tahun 2017-2018 telah terjadi peningkatan penerbitan sertifikasi halal sebesar 114%, angka tersebut menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang menjual produknya di Indonesia merasa bahwa pelabelan halal merupakan nilai tambah tersendiri untuk mendorong daya serap produk mereka di pasar. Ini merupakan upaya untuk memenuhi gaya hidup (*lifestyle*) masyarakat muslim Indonesia, khususnya generasi milenial.

Generasi Milenial dan Halal Lifestyle

Menurut data BPS saat ini jumlah milenial di Indonesia diperkirakan mencapai 33%, generasi ini mereka belajar dan bekerja di dalam lingkungan inovasi yang sangat terbuka dan canggih guna melakukan perubahan di dalam berbagai aspek kehidupan. Maka kemudian edukasi kesadaran halal pada generasi milenial ini sangat penting agar semangat gaya hidup halal lifestyle menjadi bagian kehidupan dan tidak tersisihkan dari keseharian.

Memperhatikan hal tersebut di atas yakni besarnya jumlah generasi produktif di Indonesia yang mencapai sepertiga yakni 33% dari jumlah total masyarakat Indonesia dan merupakan generasi yang modern, berpengatahuan dan berteknologi, berwawasan global, maka konsumen dari generasi muslim milenial ini memiliki pasar yang besar dalam pengambilan keputusan pembelian produk halal, sebagaimana hal ini

dapat diperhatikan dengan sejumlah Generasi Muslim Milenial yang memiliki kafe, restoran, makanan dengan tanda halal, kosmetik dengan sertifikat halal dan bisnis anak muda lainnya yang menggunakan *halal branding*.

Hasil Penelitian “Kesadaran Halal pada Generasi Muslim Milenial di Indonesia”

Survei “Kesadaran Halal pada Generasi Muslim Milenial di Indonesia” menunjukkan beberapa temuan menarik. Melalui analisis statistik deskriptif dan analisis faktor, peneliti tersebut memiliki temuan sebagai berikut:

1. Level Indeks Kesadaran Halal (IKH) Generasi Muslim Milenial dalam dimensi sadar syar’i sudah termasuk dalam kategori sangat baik dengan nilai hasil IKM (90.32). Kesadaran Generasi Muslim Milenial menentukan minat untuk memilih makanan dan minuman yang halal dan meninggalkan yang haram ataupun *syubhat* (tidak jelas statusnya).
2. Level IKH Generasi Muslim Milenial pada aspek higienis juga sangat tinggi dengan nilai IKM (88.64/A). Hal ini menegaskan bahwa Perilaku Hidup Bersih dan Sehat pada Generasi Muslim Milenial terlihat dari pola konsumsi makanan dan minuman mereka sehari-hari.
3. Level IKH dimensi sadar aman pada Generasi Muslim Milenial juga masuk dalam kategori “Sangat Baik” dengan skor yang didapat adalah (84.04/A). Hasil IKH menjelaskan bahwa kesadaran Generasi Muslim Milenial untuk melihat makanan halal sudah tidak lagi terbatas pada hukum kebendaannya saja yang halal tapi juga lebih secara komprehensif bahwa halal itu adalah higienis dan aman.

4. Level IKH Generasi Muslim Milenial pada dimensi sadar kualitas juga berada pada hasil indeks yang positif (Sangat Baik/87.94). Hal ini menegaskan bahwa ada trend positif di kalangan pemuda muslim bahwa Halal adalah keseluruhan (*wholesomeness*) dari sebuah produk yang dikatakan halal. Hal ini meliputi proses awalnya *farming* (penanaman dan peternakan) sampai dengan proses akhirnya *servicing* (penyajiaannya).
5. Keempat dimensi sadar halal (syar’i, higienis, aman dan kualitas) secara signifikan dikonfirmasi dapat menjelaskan Kesadaran Halal yang komprehensif di kalangan Generasi Muslim Milenial di Indonesia. Hasil analisis *t-value* menjelaskan bahwa laten dominan yang merefleksikan kesadaran halal adalah Variabel Sadar Higienis ($t=150.93 > 1.96$).

Kebijakan Jaminan Produk Halal Undang-undang Halal

Jika dilihat dari situasi pengaturan halal, Indonesia saat ini sedang berusaha untuk memasuki fase ketiga berdasarkan tahapan evolusi halal yang telah dipaparkan di atas. Dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) menjadi indikator untuk mengatakan bahwa Indonesia kini tengah memasuki fase ketiga. UU JPH mengatur tentang jaminan produk halal kepada konsumen dengan memastikan bahwa seluruh proses produk halal tersebut telah terjamin kehalalannya.

Saat ini UU JPH sudah memasuki tahun ke 6 semenjak diundangkan pada tahun 2014 lalu, hal ini menimbulkan konsekuensi hukum bahwa UU JPH akan berlaku secara penuh pada tahun ini. Namun sejumlah pekerjaan rumah masih membebani terkait dengan kesiapan implementasi dari UU JPH.

Sebelum UU JPH berlaku mulai tahun 2019 pengurusan sertifikasi halal masih menjadi ranah LPPOM MUI dan setelah UU JPH berlaku pada tahun 2019 maka semua pengurusan sertifikasi halal akan beralih ke Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang berada di bawah Kementerian Agama. BPJPH merupakan badan yang dibentuk dari mandat UU JPH untuk menyelenggarakan jaminan produk halal. BPJPH nantinya direncanakan akan mengambil peran yang dulunya dijalankan oleh LPPOM MUI.

Program Layanan Produk Halal Kemenag

Kementerian Agama RI dengan BPJH-nya mendesain beberapa program terkait pelayanan produk halal yang tertuang di Sasaran Strategis 4 (SS4), yaitu: "Meningkatnya kualitas pelayanan kehidupan beragama." Salah satu indikator kinerja dalam SS4 adalah: *Tingkat kepuasan layanan sertifikasi produk halal*. Masing-masing SP memiliki Sasaran Kegiatan (SK) dan indikator dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. Kebijakan Layanan Produk Halal dalam Renstra Kemenag 2020-2024

Aktivitas	Indikator
SP: Meningkatnya kuantitas produk yang teregistrasi dan tersertifikasi halal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persentase produk yang disertifikasi dan diregistrasi halal berdasarkan permohonan 2. Persentase pengaduan produk halal yang terselesaikan
SP: Meningkatnya kualitas pelayanan registrasi dan sertifikasi Halal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi waktu registrasi sesuai SPM 2. Efisiensi waktu sertifikasi sesuai SPM
SK: Meningkatnya kualitas pelayanan registrasi dan sertifikasi halal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persentase produk yang tersertifikasi 2. Persentase produk luar negeri yang terregistrasi 3. Persentase produk yang terverifikasi 4. Persentase lembaga pemeriksa halal yang terakreditasi 5. Persentase auditor halal yang terregistrasi
SK: Meningkatnya kualitas pembinaan dan pengawasan jaminan produk halal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persentase pelaku usaha yang terbina 2. Persentase auditor halal yang terbina 3. Persentase lembaga pemeriksa halal yang terbina 4. Persentase penyelia halal yang terbina 5. Persentase RPU dan RPH yang terbina 6. Persentase sertifikat halal yang terawasi 7. Persentase label halal yang terawasi 8. Persentase lembaga pemeriksa halal yang terawasi pemeriksa halal 9. Persentase RPU dan RPH yang terawasi
SK: Meningkatnya kualitas kerja sama dan standardisasi halal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persentase naskah kerjasama penyelenggaraan JPH yang tersusun 2. Persentase Standardisasi dan penilaian kesesuaian penyelenggaraan JPH yang tersusun

ANALISIS MASALAH

Kondisi faktual telah ditampilkan dengan memaparkan data, kasus-kasus pemberitaan, dan langkah Kementerian Agama yang mencoba menjawab dengan pendekatan kebijakan layanan produk halal. Namun, apakah kebijakan tersebut akan cukup menjawab isu-isu dan memperbaiki kondisi saat ini?

Dalam naskah kebijakan ini ada 2 masalah utama yang didapatkan dari riset dan analisa kebijakan, yaitu:

1. Masih rendahnya pengetahuan Generasi Muslim Milenial akan kriteria produk halal.
2. Belum optimalnya kegiatan sosialisasi produk halal sebagai edukasi pada Generasi Muslim Milenial.
3. Masih terdapat beberapa isu dalam kebijakan yang ada.

1. Rendahnya pengetahuan Generasi Muslim Milenial

Survei “Kesadaran Halal pada Generasi Muslim Milenial di Indonesia” menemukan bahwa kebanyakan Generasi Muslim Milenial memiliki pemahaman yang kurang tentang kriteria produk halal. Kesadaran halal atau *halal awareness* merupakan tingkat pemahaman umat muslim dalam mengetahui isu-isu terkait konsep halal. Pengetahuan tersebut termasuk didalamnya mengetahui apa itu halal dan bagaimana proses produksi suatu produk sesuai standar halal dalam Islam.

2. Belum optimalnya kegiatan sosialisasi produk halal

Temuan riset ini juga menunjukkan masalah lain, yaitu edukasi atau kampanye produk halal bagi Generasi Muslim Milenial masih belum maksimal. Dalam proses sosialisasi jaminan produk halal, keterlibatan secara aktif generasi

muda muslim khususnya masih lemah. Ini dikhawatirkan dapat menghambat edukasi akan pentingnya mengkonsumsi produk-produk halal kepada masyarakat luas.

3. Permasalahan terkait Kebijakan

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dianggap menghambat kemudahan berbisnis di Indonesia bagi mereka yang terlibat dalam penjualan produk-produk terkait. Siapa pun yang terlibat, baik pedagang domestik atau asing harus mematuhi persyaratan yang memberatkan dan mahal yang tidak perlu untuk sertifikasi dan pelabelan produk Halal.

Berkaitan dengan Pasal 74 dalam UU JPH yaitu tentang obat yang jika tidak dikonsumsi akan berakibat pada keselamatan jiwa pasien. Apakah harus dikecualikan dari sertifikasi halal atau tidak, hal ini membutuhkan ketetapan dari Menteri Agama.

Beberapa pihak yang salah satunya Menteri Perindustrian menganggap bahwa implementasi perundangan jaminan produk halal yang tertuang dalam UU JPH dan PP UU JPH ini memberatkan dunia usaha dan sulit diterapkan dan berpotensi mengganggu iklim investasi di Tanah Air. Salah satu poin yang perlu direvisi adalah kewajiban sertifikasi halal pada produk farmasi. Selama ini, obat dan vaksin menggunakan bahan baku kimia dari berbagai negara, kondisi ini akan menyulitkan embaga penerbit sertifikat halal dalam melakukan verifikasi.

Akhirnya, permasalahan yang muncul di lapangan dan dalam kebijakan pelayanan produk halal ini harus dibenahi agar hasil yang lebih baik dapat dicapai. Untuk itu, bagian akhir naskah ini menyuguhkan beberapa rekomendasi atas problematika yang ada.

REKOMENDASI

Mengoptimalkan pendidikan sadar halal: BPJH perlu memastikan optimalisasi sosialisasi dan edukasi pada masyarakat, khususnya Generasi Muslim Milenial tentang pemahaman mendalam tentang produk halal. Terutama, gerakan edukasi dan sosialisasi yang massif berbasis digital perlu dapat lebih diintensifkan.

Meningkatkan kerjasama dengan pihak lain: Kementerian Agama RI harus menjalin kerjasama yang lebih masif dengan berbagai *stakeholder* yang aktif dalam isu halal. Misalnya, NGO, Ormas, organisasi kepemudaan, instansi pendidikan, pelaku usaha, penyuluh, dan juga unit internal Kemenag perlu dikoordinasikan terkait program-program yang tengah dikerjakan Kemenag RI.

Mengoptimalkan pelayanan registrasi dan sertifikasi sertifikat halal: BPJPH diharapkan dapat optimal dalam wewenang proses auditing pengajuan atas layanan penerbitan sertifikat halal sehingga keyakinan masyarakat pada label halal dapat semakin baik dan positif. Hal ini juga berimplikasi bahwa BPJPH dapat juga dengan tegas menindak apabila terdapat penyalahgunaan pada label halal yang beredar di masyarakat.

Memberikan sanksi atas pelanggaran: BPJPH direkomendasikan agar selain memberikan layanan prima dalam proses penerbitan, dapat juga menyiapkan perangkat sanksi dan hukuman atas pelanggaran aturan dan penyalahgunaan label halal yang ada di masyarakat.

Meningkatkan koordinasi dengan kementerian dan lembaga lain: Kemenag RI melakukan koordinasi dengan Kementerian Perindustrian dalam hal implementasi jaminan produk

halal yang tertuang dalam UU JPH dan PP UU JPH. Ini dilakukan agar tidak memberatkan dunia usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul, dkk. "Indonesian Small Medium Enterprise (SMEs) and Perceptions on Halal Food Certification". *African Journal of Business Management*. (2012).

Hambatan dan Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia. (2020). Pusat Riset dan Pengembangan Produk Halal Universitas Airlangga.

Kesadaran Halal pada Generasi Muslim Milenial di Indonesia. (2020). Kementerian Agama RI.

Rencana Strategis Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Tahun 2020-2024. (2020). Kementerian Agama RI.

RPJMN: *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020-2024: Indonesia Berpenghasilan Menengah-Tinggi yang Sejahtera, Adil, dan Berkesinambungan*. (2019). Kementerian PPN/Bappenas RI. Diperoleh dari: <https://www.bappenas.go.id/files/rpjmnn/Narasi%20RPJMN%20IV%202020-2024%20Revisi%2028%20Juni%202019.pdf>

Sensus Penduduk 2020, Sensus Era Digital. (2020). Badan Pusat Statistik.

Undang-undang No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. (2014). Diperoleh dari: <http://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/1615.pdf>

Wilson, A & Liu, J. "The Challenges of Islamic branding: Navigating Emotions and Halal". *Journal of Islamic Marketing, Emerald Group Publishing Limited*. (2011).



Diterbitkan Oleh:

Puslitbang Bimas Agama dan Layanan Keagamaan
Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama
Jl. HM Thamrin No. 6, Jakarta Pusat
Telp./Fax: 021-2120 1516, 3920 674
Website: balitbangdiklat.kemenag.go.id
Instagram : @puslitbang1.kemenag