

PERSOALAN FIQIH DAN KEBIJAKAN PUBLIK DALAM EKSPOR PRODUK HALAL INDONESIA
BERDASARKAN KAJIAN HUKUM ISLAM TERHADAP DIGITALISASI DAN SERTIFIKASI HALAL
MAJELIS ULAMA INDONESIA (MUI) TAHUN 2024

Imam Tauhid¹, Gita Nur Auliya², Daffa Ulhaq³, Fahri Nur Ajis⁴, Khusni Umaroh⁵

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Email: imamtauhid_uin@radenfatah.ac.id, gitanurauliya3@gmail.com, daffaulfaq@gmail.com,
nurazizfahri824@gmail.com, khusniyumay@gmail.com

ABSTRACT

This study explores the interrelation between Islamic jurisprudence (fiqh), public policy, and digital transformation in the export of halal products in Indonesia. Amid the rapid flow of globalization and digitalization, halal certification is not merely an administrative requirement but also a moral and spiritual responsibility of producers toward Muslim consumers. Using a library research approach, this study reviews relevant literature, academic journals, and regulations, including Law No. 33 of 2014 on Halal Product Assurance (UU JPH) and policies of the Halal Product Assurance Agency (BPJPH). The findings indicate that digitalization through the SIHALAL system and the halal traceability concept has strengthened key fiqh principles such as clarity (bayyinah) and transparency, yet it also presents challenges particularly for MSMEs with limited digital literacy and resources. The study concludes that synergy between Islamic legal values, public policy, and technological innovation is essential to ensure that Indonesia's halal certification system not only meets legal standards but also embodies the maqāṣid al-syarī'ah (objectives of Islamic law) in the modern economic context.

Keywords: Islamic Jurisprudence, Public Policy, Halal Digitalization, Halal Certification, Halal Export

ABSTRAK

Penelitian ini membahas keterkaitan antara aspek fiqh, kebijakan publik, dan transformasi digital dalam praktik ekspor produk halal di Indonesia. Di tengah arus globalisasi dan digitalisasi, sertifikasi halal tidak hanya menjadi kewajiban administratif, tetapi juga bagian dari tanggung jawab moral dan spiritual produsen terhadap konsumen Muslim. Melalui pendekatan library research, penelitian ini menelaah literatur, jurnal ilmiah, dan regulasi terkait, termasuk Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) serta kebijakan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Hasil kajian menunjukkan bahwa digitalisasi melalui sistem SIHALAL dan konsep halal traceability berpotensi memperkuat prinsip fiqh muamalah seperti kejelasan (bayyinah) dan keterlacakan, namun di sisi lain memunculkan tantangan baru, terutama bagi pelaku UMKM yang belum siap secara teknologi. Kajian ini menegaskan pentingnya sinergi antara nilai fiqh, kebijakan publik, dan inovasi teknologi agar sistem sertifikasi halal di Indonesia tidak hanya sah secara hukum, tetapi juga mencerminkan maqāṣid al-syarī'ah dalam praktik ekonomi modern.

Kata kunci: Fiqih Muamalah, Kebijakan Publik, Digitalisasi Halal, Sertifikasi Halal, Ekspor Produk Halal

Article history

Received: November 2025

Reviewed: November 2025

Published: November 2025

Plagirism checker no 80

Prefix DOI :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under
a [creative commons
attribution-noncommercial
4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Era digital dan derasnya arus globalisasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor ekonomi halal. Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, berada pada posisi yang unik: di satu sisi memiliki potensi pasar dan produksi halal yang luar biasa besar, namun di sisi lain masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan kebijakan. Meski dominasi demografis menjadi keunggulan, potensi Indonesia untuk menjadi produsen utama produk halal dunia belum sepenuhnya terwujud.

Menurut data Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), hingga Oktober 2025 tercatat lebih dari 3,5 juta produk telah tersertifikasi halal di Indonesia, sebuah lonjakan signifikan dari tahun-tahun sebelumnya (Antara News, 2025). Angka tersebut menunjukkan geliat yang positif, namun juga menandai tantangan besar dalam pengawasan, proses sertifikasi, dan kesiapan industri menghadapi pasar halal global yang semakin kompetitif.

Di sisi regulasi, dasar hukum pelaksanaan sertifikasi halal di Indonesia telah tertata melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Kehadiran BPJPH sebagai pelaksana teknis memperkuat ekosistem halal secara nasional. Kebijakan halal di Indonesia muncul sebagai respons terhadap dua dorongan besar: kebutuhan perlindungan konsumen Muslim dan desakan globalisasi industri makanan dan produk halal yang semakin terstandar secara internasional. Regulasi ini tidak hanya mempertegas identitas keislaman dalam tata ekonomi, tetapi juga menjadi instrumen kebijakan publik untuk menjamin hak-hak konsumen dan produsen dalam sistem ekonomi modern (Supriyadi & Asih, 2021).

Aspek digitalisasi dalam sertifikasi halal menjadi dimensi baru yang tak terelakkan. Perkembangan teknologi telah mengubah cara pengajuan, verifikasi, dan pelacakan sertifikasi halal di Indonesia. Digitalisasi sistem sertifikasi melalui platform daring, kode QR, dan basis data nasional berdampak positif terhadap efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas. Sistem ini memungkinkan pelaku usaha memantau status sertifikasi secara real time. Namun, penelitian tersebut juga menyoroti ketimpangan digital, terutama di kalangan pelaku usaha mikro dan kecil (UMKM) yang masih menghadapi keterbatasan literasi teknologi dan akses internet yang belum merata di seluruh wilayah Indonesia (Fadilah et al., 2025).

Dalam konteks muamalah internasional, produk halal kini tak lagi hanya merepresentasikan aspek keagamaan, tetapi telah bertransformasi menjadi alat diplomasi ekonomi. Industri halal Indonesia menghadapi paradoks menarik: meskipun pasar domestik begitu besar, tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya sertifikasi halal masih rendah. Akibatnya, produk halal Indonesia sering kalah bersaing dengan produk dari negara non-Muslim seperti Thailand dan Korea Selatan, yang justru agresif menembus pasar halal global (Naila et al., 2025). Selain itu, sertifikasi halal yang diakui secara internasional, termasuk sinergi antara BPJPH dan lembaga seperti Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk ekspor Indonesia. Menurutnya, kejelasan label dan legitimasi sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen luar negeri sekaligus memperluas jangkauan pasar ekspor produk Indonesia, khususnya di Timur Tengah dan Eropa (Ariandi, 2024).

Dengan latar tersebut, menjadi penting untuk menelaah lebih dalam persoalan fiqih dan kebijakan publik dalam praktik ekspor produk halal Indonesia di era digitalisasi. Dalam perspektif fiqih, halal bukan sekadar label administratif, melainkan amanah syariah yang mencakup seluruh rantai produksi mulai dari bahan baku, proses pengolahan, distribusi, hingga pemasaran (Rahayuningsih & Ghozali, 2023). Sementara itu, dalam perspektif kebijakan publik, negara memiliki tanggung jawab untuk memastikan sistem sertifikasi berjalan transparan, terjangkau, dan adil bagi seluruh pelaku usaha, termasuk UMKM yang menjadi tulang punggung ekonomi nasional. Transformasi digital kemudian muncul sebagai pedang bermata dua: di satu sisi mampu mempercepat proses dan membuka akses pasar internasional, namun di sisi lain berpotensi

menimbulkan kesenjangan antara pelaku usaha besar yang adaptif dan pelaku kecil yang masih terbatas sumber dayanya. Dalam kondisi inilah, terjadi titik temu sekaligus ketegangan antara prinsip fiqih, kebijakan publik, dan realitas pasar global.

Oleh karena itu, kajian ini berupaya menelusuri bagaimana kebijakan publik terkait sertifikasi halal dan digitalisasi layanan telah membentuk, atau bahkan terkadang menabrak, realitas fiqih dalam praktik ekspor produk halal Indonesia. Fokus penelitian diarahkan untuk memahami pengalaman para pelaku usaha terutama UMKM yang berada di persimpangan antara tuntutan regulasi, nilai-nilai syariah, dan peluang ekspor global. Dengan pendekatan tersebut, tulisan ini diharapkan tidak hanya menyajikan data dan regulasi, tentang perjuangan, kesenjangan, dan inovasi pelaku usaha halal Indonesia di tengah arus digitalisasi dunia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *library research* atau penelitian kepustakaan, di mana data diperoleh melalui telaah mendalam terhadap literatur ilmiah, buku, jurnal akademik, serta dokumen resmi yang relevan dengan tema fiqih muamalah, kebijakan publik, dan sistem sertifikasi halal di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena topik yang dikaji bersifat normatif dan konseptual, sehingga lebih tepat dianalisis melalui sumber-sumber tertulis dibandingkan data empiris lapangan. Analisis dilakukan dengan metode deskriptif-analitis, yakni menggambarkan fenomena hukum dan fiqih yang terjadi dalam praktik ekspor produk halal di Indonesia, kemudian menafsirkan maknanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan teori hukum Islam kontemporer. Sumber utama penelitian mencakup peraturan perundangan seperti UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, serta karya ilmiah dari para akademisi yang membahas digitalisasi sertifikasi halal, *maqāṣid al-syarī'ah*, dan muamalah internasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Aspek Fiqih & Muamalah Produk Halal dalam Ekspor

Dalam pandangan fiqih, kehalalan suatu produk tidak sekadar ditentukan oleh keberadaan label atau sertifikat resmi, melainkan harus tercermin dalam seluruh proses produksinya mulai dari bahan baku, pengolahan, penyimpanan, hingga distribusi. Fiqih menempatkan prinsip halal sebagai bentuk *thaharah* (kesucian) dalam aktivitas ekonomi yang harus dijaga secara menyeluruh. Konsep halal tidak boleh dipersempit pada hasil akhir, melainkan mencakup seluruh tahapan produksi yang mesti selaras dengan syariat Islam, termasuk dalam pengawasan bahan, penggunaan alat produksi, serta sistem distribusinya. Pandangan ini menegaskan bahwa sertifikasi hanyalah instrumen administratif, sementara esensi halalnya terletak pada kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam praktik bisnis dan perdagangan (Zuhdi, 2024).

Sertifikasi halal juga memiliki makna sosial dan spiritual yang dalam. Sertifikasi halal merupakan bentuk perlindungan terhadap *hak spiritual* konsumen Muslim untuk mendapatkan jaminan produk yang sesuai dengan keyakinan agamanya. Dalam hal ini, sertifikasi tidak sekadar berfungsi sebagai mekanisme ekonomi, tetapi juga sebagai amanah moral antara produsen dan konsumen. Kewajiban produsen untuk menjaga kehalalan produk termasuk dalam tanggung jawab muamalah, yakni bentuk pertanggungjawaban kepada Allah atas transaksi yang dilakukan (Disemadi, 2023).

Namun, ketika konsep ini diterapkan dalam konteks ekspor, muncul ketegangan antara ideal fiqih dengan realitas pasar internasional. Hanya sekitar 0,5% produk bersertifikat halal Indonesia yang mampu menunjukkan daya saing global yang signifikan, meskipun telah memenuhi prosedur sertifikasi formal (Ernawati et al., , 2024). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara sertifikasi halal sebagai legalitas administratif dan implementasi nilai-nilai fiqih dalam rantai produksi. Beberapa faktor penyebabnya antara lain keterbatasan pengawasan rantai pasok, variasi

standar halal antarnegara, serta belum adanya sistem pengakuan sertifikasi lintas negara yang solid.

Dalam konteks muamalah internasional, perdagangan produk halal menuntut lebih dari sekadar pemenuhan syarat bebas dari unsur haram dan najis. Produk yang diekspor juga harus dapat diterima secara universal oleh lembaga sertifikasi internasional dan konsumen global. Harmonisasi standar halal global berpengaruh besar terhadap keberhasilan ekspor produk halal Indonesia (Naila et al., 2025). Semakin tinggi kredibilitas dan kesesuaian standar yang diakui secara internasional, semakin besar pula peluang produk Indonesia menembus pasar halal dunia.

Berdasarkan berbagai temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tantangan utama Indonesia bukan hanya dalam memperbanyak jumlah produk bersertifikat halal, melainkan bagaimana memastikan bahwa proses sertifikasi benar-benar merepresentasikan prinsip fiqh secara substansial. Dengan kata lain, ada jarak antara “halal secara hukum” dan “halal secara syariah” yang perlu dijembatani melalui pengawasan, pendidikan produsen, serta kerja sama internasional yang adil. Implementasi prinsip fiqh dalam ekspor tidak boleh berhenti pada tataran simbolik, tetapi harus menjadi etika ekonomi yang hidup dalam setiap proses bisnis halal Indonesia. Kegagalan untuk menutup kesenjangan ini dapat berdampak langsung terhadap reputasi produk halal nasional dan kepercayaan pasar global terhadap Indonesia sebagai pusat produsen halal dunia.

B. Kebijakan Publik, Regulasi Nasional, dan Implikasinya terhadap Fiqh Industri Halal

Kebijakan publik dan regulasi nasional memegang peran penting dalam membentuk arah serta praktik industri halal di Indonesia. Salah satu tonggak utama dalam kebijakan tersebut adalah lahirnya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH), yang menegaskan kewajiban sertifikasi halal bagi produk yang beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia. Regulasi ini tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga mencerminkan bentuk tanggung jawab negara terhadap perlindungan konsumen Muslim di tengah arus globalisasi ekonomi yang semakin kompleks. UU JPH muncul sebagai respon terhadap kebutuhan mendasar umat Islam untuk mendapatkan kepastian hukum atas kehalalan produk, serta menjawab tantangan industri yang kian kompetitif di era modern. Artinya, negara hadir bukan sekadar sebagai pengatur, melainkan juga sebagai pelindung nilai-nilai syariah dalam sistem ekonomi nasional (Suhaimi & Arrohaman, 2025).

Dari sisi fiqh, keberadaan kebijakan halal ini bersinggungan langsung dengan prinsip dasar dalam muamalah Islam. Kepastian halal suatu produk berkaitan erat dengan kaidah keadilan (*al-'adl*), kejelasan akad (*bay'*), kepemilikan yang sah, serta larangan terhadap ketidakpastian atau penipuan dalam transaksi (*gharar*). Prinsip-prinsip tersebut menjadi landasan etis yang menuntun agar seluruh aktivitas ekonomi berjalan sesuai syariah dan tidak menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Transaksi ekonomi dalam perspektif fiqh harus terbebas dari unsur yang diharamkan baik dalam bentuk riba, penipuan, maupun ketidakjelasan agar memiliki nilai sah secara hukum Islam (Hartono et al., 2025). Oleh karena itu, kebijakan publik yang mengatur sistem sertifikasi halal tidak dapat dilepaskan dari kerangka fiqh muamalah yang menjadi fondasi moral dan spiritualnya.

Namun demikian, pelaksanaan regulasi tersebut di lapangan masih menghadapi tantangan yang tidak sederhana. Dalam praktiknya, masih sering ditemukan kasus produk yang mencantumkan label halal secara ilegal atau tanpa proses sertifikasi resmi dari lembaga berwenang seperti BPJPH dan MUI. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran dari sisi fiqh karena berpotensi menipu konsumen dan mencederai prinsip *amanah* dalam perdagangan. Lemahnya pengawasan dan ketimpangan informasi antara pelaku usaha besar dan UMKM menyebabkan celah pelanggaran semacam ini tetap terbuka. Di beberapa daerah, keterbatasan akses terhadap

lembaga sertifikasi juga menjadi faktor yang memperburuk situasi, sehingga prinsip keadilan dalam ekonomi halal belum sepenuhnya terwujud (Sari & Nafisah, 2024).

Dimensi keadilan sosial dalam kebijakan halal juga patut menjadi perhatian. Tidak semua pelaku usaha memiliki kemampuan yang sama untuk menempuh proses sertifikasi yang panjang dan berbiaya tinggi. Dalam hal ini, kebijakan publik yang terlalu birokratis atau mahal justru berpotensi menciptakan ketimpangan baru antara usaha besar dan kecil. Padahal, sebagaimana dijelaskan dalam teori *maslahah* oleh para fuqaha klasik, kebijakan publik seharusnya membawa manfaat luas (*jalb al-maslahah*) dan mencegah kerusakan (*dar' al-mafsadah*). Dengan demikian, ketika sistem sertifikasi halal menimbulkan beban yang berat bagi pelaku usaha kecil, hal tersebut bertentangan dengan semangat fiqih sosial Islam yang menekankan pemerataan dan keadilan ekonomi (Suhaيمي & Arrohman, 2023).

Dari sudut pandang fiqih, kebijakan publik dalam industri halal pada dasarnya merupakan bagian dari *siyasah syar'iyah*—yakni kebijakan pemerintah yang diarahkan untuk kemaslahatan umat. Ketika negara memastikan seluruh produk halal tersertifikasi dengan benar, maka hal itu menjadi bentuk nyata dari pelaksanaan maqasid al-syari'ah, terutama dalam menjaga agama (*hifz al-din*) dan menjaga jiwa (*hifz al-nafs*). Namun, apabila implementasi kebijakan tidak disertai pengawasan dan edukasi yang memadai, justru bisa melahirkan *mafsadah* (kerusakan) baru, seperti munculnya praktik manipulatif atau ketimpangan ekonomi. Karena itu, kebijakan publik yang ideal harus mampu menyeimbangkan antara regulasi formal dan nilai-nilai fiqih yang hidup di masyarakat bukan hanya menegakkan aturan, tetapi juga menumbuhkan kesadaran syariah dalam kegiatan ekonomi sehari-hari.

Dapat disimpulkan bahwa kebijakan publik dan regulasi halal di Indonesia tidak hanya memiliki dimensi hukum administratif, tetapi juga menyentuh aspek moral dan spiritual dalam fiqih muamalah. Keduanya saling berkelindan: hukum negara memberi struktur dan kepastian, sementara fiqih memberi ruh dan arah etika. Apabila keduanya berjalan seimbang, maka industri halal Indonesia tidak hanya akan berkembang secara ekonomi, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai Islam yang adil, transparan, dan berorientasi pada kemaslahatan umat.

C. Digitalisasi Layanan Sertifikasi Halal, *Traceability*, dan Tantangan Fiqih di Era Teknologi

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar dalam sistem jaminan produk halal di Indonesia. Proses sertifikasi yang dahulu dilakukan secara manual kini telah beralih ke sistem daring dan berbasis data digital, di mana setiap tahapan pengajuan, pemeriksaan, hingga penerbitan sertifikat dapat dilakukan secara online. Penerapan sistem digital pada sertifikasi halal di Indonesia melalui penggunaan platform daring, kode QR, dan basis data nasional telah meningkatkan transparansi, efisiensi, serta akuntabilitas dalam proses verifikasi produk. Digitalisasi memungkinkan pelaku usaha untuk mengunggah dokumen dan memantau status pengajuan mereka secara *real time*, sementara konsumen dapat mengecek keabsahan sertifikasi halal hanya dengan memindai kode QR pada kemasan produk (Fadillah et al., 2025). Hal ini menjadi langkah maju dalam menjawab tuntutan masyarakat modern yang menuntut kecepatan dan keterbukaan informasi.

Implementasi digitalisasi ini secara konkret diwujudkan melalui sistem SIHALAL (Sistem Informasi Halal) yang dikembangkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Melalui sistem tersebut, BPJPH juga bekerja sama dengan Bank Indonesia untuk mengembangkan *halal traceability*, yaitu sistem pelacakan rantai pasok halal berbasis digital guna menjamin keaslian dan keterlacakan bahan baku, proses produksi, serta distribusi produk (BPJPH, 2025). Kolaborasi ini menjadi bukti bahwa pemerintah Indonesia tidak hanya memperkuat sisi regulasi, tetapi juga mengintegrasikan inovasi teknologi dalam membangun ekosistem halal nasional yang kompetitif di tingkat global.

Dari perspektif fiqih, digitalisasi *traceability* sejatinya berpotensi memperkuat dimensi halal secara substantif. Dengan adanya teknologi pelacakan, rantai produksi dapat dimonitor secara menyeluruh, mulai dari sumber bahan baku, proses penyembelihan, hingga distribusi akhir. Sistem *traceability* digital ini selaras dengan prinsip dasar fiqih muamalah yang menuntut kejelasan (*bayyinah*) dan keterbukaan dalam transaksi. Dalam fiqih, kejelasan asal-usul barang dan proses produksinya merupakan salah satu syarat agar transaksi dinilai sah dan halal (Lubis & Fahri 2024). Oleh karena itu, keberadaan sistem digital yang mampu menelusuri setiap tahap produksi dapat membantu menutup potensi terjadinya *gharar* (ketidakjelasan) dan mencegah kemungkinan masuknya unsur haram dalam rantai pasok produk halal.

Namun demikian, perkembangan ini tidak terlepas dari tantangan nyata, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) yang menjadi tulang punggung ekonomi halal di Indonesia. Kesenjangan digital masih menjadi persoalan mendasar. Banyak pelaku UMKM di daerah yang belum memiliki kemampuan atau akses terhadap teknologi yang memadai untuk mengikuti sistem sertifikasi halal digital. Rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur internet, serta biaya adaptasi teknologi yang relatif tinggi menjadi hambatan utama dalam mewujudkan pemerataan sertifikasi halal berbasis digital (Al Kautsar et al., 2025). Dari sudut pandang fiqih, kondisi ini dapat menimbulkan ketimpangan (*tafāwut*) dalam penerapan hukum halal, karena sebagian pelaku usaha berpotensi tidak dapat memenuhi kewajiban syariah hanya karena keterbatasan akses teknologi. Muncul pula tantangan baru yang bersifat konseptual dan etis.

Dengan demikian, digitalisasi sertifikasi halal dapat dipahami sebagai pedang bermata dua dalam konteks fiqih modern. Di satu sisi, ia memperkuat prinsip kejelasan, keterlacakan, dan transparansi yang menjadi dasar fiqih muamalah. Namun di sisi lain, ia juga menciptakan realitas baru yang menuntut ijtihad dan pembaruan hukum Islam agar tetap relevan. Diperlukan upaya sinergis antara otoritas keagamaan, pemerintah, dan masyarakat pelaku usaha untuk memastikan bahwa kemajuan teknologi benar-benar menjadi instrumen penguatan nilai halal bukan sekadar formalitas administratif yang kehilangan substansi fiqihnya.

PENUTUP

Dari keseluruhan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara fiqih, kebijakan publik, dan digitalisasi dalam ekspor produk halal di Indonesia menunjukkan dinamika yang kompleks namun saling melengkapi. Aspek fiqih memberikan landasan moral dan spiritual bahwa kehalalan tidak hanya diukur dari sertifikat administratif, tetapi juga dari kesucian proses dan niat usaha. Kebijakan publik berfungsi menjamin perlindungan konsumen dan kepastian hukum, sementara digitalisasi menghadirkan efisiensi serta transparansi baru dalam sistem sertifikasi halal. Namun demikian, tantangan tetap muncul terutama bagi UMKM yang belum siap secara teknologi maupun finansial. Oleh karena itu, dibutuhkan sinergi antara pemerintah, ulama, lembaga sertifikasi, dan pelaku usaha agar transformasi digital benar-benar memperkuat nilai-nilai fiqih dalam praktik ekonomi halal. Dengan keseimbangan antara aspek normatif dan praktis inilah, Indonesia berpotensi tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga pusat produsen halal dunia yang berlandaskan etika Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Kautsar, M. S., Khoir, F., Mahmudah, N., & Wahidah, R. (2025). Digitalisasi Produktivitas Hasil Bumi dan Sertifikasi Halal Masyarakat Desa Labuan Kabupaten Tojo Una Una. *Adzkiya: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 13(1), 16-26.
- Antara News. (2025). *BPJPH: 3.5 Juta Produk di Indonesia Telah Bersertifikat Halal hingga Oktober 2025*. Diakses dari: <https://en.antaranews.com/news/301485/34-million-products-in-indonesia-have-been-halal-certified-bpjph>

- Ariandi, A. (2024). *Sertifikasi Halal dan Labelisasi Produk Ekspor dalam Meningkatkan Daya Saing Indonesia*. Jurnal Hukum Alauddin, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- BPJPH. (2025, Januari 18). *BPJPH dan Bank Indonesia siapkan kolaborasi digitalisasi untuk perkuat halal traceability*. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). <https://bpjph.halal.go.id/detail/bpjph-dan-bi-siapkan-kolaborasi-digitalisasi-untuk-perkuat-halal-traceability>
- Disemadi, H. S., & Putri, A. S. A. (2023). Preserving Spiritual Rights through Halal Certification for MSME Products: Voluntary vs. Mandatory. *Jurnal Mediasas: Media Ilmu Syari'ah dan Ahwal Al-Syakhsiyyah*, 6(2), 80-99.
- Ernawati, E., Tajuddin, T., Arifuddin, A., Suriadi, L. O., Asizah, N., & Ariani, W. O. R. (2024). Halal certification digital transformation in the triggering of product competitiveness in the global halal market. *BIS Economics and Business*, 1, V124003-V124003.
- Fadilah, R., Ramadhani, S., & Marlina, D. (2025). *Analisis Peran Digitalisasi Sertifikasi Halal terhadap Kepercayaan Konsumen dan Pengembangan UMKM di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB), 7(1),
- Hartono, R., Ikrom, A., Mardhatillah, A., Hasanah, M., & Dzikrullah, M. (2025). Prinsip Hukum Fiqih Muamalah dalam Transaksi Ekonomi Kontemporer: Analisis Normatif dan Aplikatif. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 3(3), 118-137.
- Lubis, R. Z. L. R. Z., & Fahri, F. R. S. (2025). KAJIDAH FIQH SEBAGAI INSTRUMEN PENYELESAAN SANGKETA DALAM PRAKTIK MUAMALAH KONTEMPORER. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*, 6(1), 1-10.
- Naila, N., Risma, R., Utari, D. P., Widyaningtiyas, A. A., & Marlina, L. (2025). Implikasi Standar Sertifikasi Halal Internasional terhadap Perdagangan Global Indonesia pada Produk Halal. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 3(4), 185-201.
- Supriyadi, E. I., & Asih, D. B. (2021). Regulasi Kebijakan Produk Makanan Halal Di Indonesia. *Jurnal RASI*, 2(1), 18-28.
- Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 135-145.
- Sari, C. W., & Nafisah, D. D. (2019). Labelisasi halal illegal pada praktik jual beli produk pangan di lingkungan kampus UIN Bandung serta relevansi pandangan Hukum Ekonomi Syariah. *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 57-68.
- Suhaimi, R., & Arrohman, B. (2025). Sinergi Industri Halal dan Perundangan Nasional: Pilar Ekonomi Syariah Indonesia. *Ta'amul: Journal of Islamic Economics*, 3(2), 128-141. <https://doi.org/10.58223/taamul.v3i2.300>
- Zuhdi, M. L., Aminah, S., & Rasam, Z. (2024). Fiqh aqalliyah as a legal alternative to Halal standardization in Japan as a non-majority Muslim country. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 14(1), 177-202.