Istimā -Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat: Inklusi Sosial dan Pemberdayaan Masyarakat
Volume 2, Nomor 1, (April, 2025), E-ISSN: 3047-7719.
https://staipelitanusa.ac.id/index.php/jurnal

EDUKASI DAN SOSIALISASI SERTIFIKASI HALAL BAGI MASYARAKAT MUSLIM PELAKU UMKM GUNUNGPUTRI BOGOR

Warto[1], Sabik Khumaini[2] , Rizkiyah Amelia[3] , Fina Andrianti[4]
Universitas Muhammadiyah Tangerang[1,2,3,4]
wartomesy@gmail.com[1], sabik81@gmail.com[2], rizki87@gmail.com[3] ,
fina92@gmail.com[4]

ABSTRAK

Kegiatan edukasi dan sosialisasi sertifikasi halal ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat Muslim serta pelaku UMKM mengenai fiqh halal-haram dan tata cara pengajuan sertifikasi halal. Kegiatan dilaksanakan pada 12 Maret 2025 di Masjid Al-Amin Bumi Mutiara, Gunungputri, Bogor, dengan melibatkan 40 peserta dan tiga UMKM. Metode yang digunakan meliputi ceramah interaktif, studi kasus, dan pendampingan teknis. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta terkait prinsip dasar halal-haram, proses produksi halal, serta prosedur pendaftaran sertifikasi halal. Antusiasme peserta tampak dari keaktifan dalam diskusi, dan lima pelaku UMKM menyatakan kesiapan untuk segera memulai proses sertifikasi halal. Kegiatan ini membuktikan bahwa edukasi terstruktur mampu mendorong kesadaran dan komitmen masyarakat dalam mengimplementasikan jaminan produk halal.

Kata Kunci: Sertifikasi Halal, Edukasi, UMKM, Literasi Halal.

ABSTRACT

This community education programme aimed to enhance the understanding of Muslim communities and MSME actors regarding the principles of halal–haram jurisprudence and the procedures for obtaining halal certification. The activity was conducted on 12 March 2025 at Al-Amin Bumi Mutiara Mosque, Gunungputri, Bogor, involving 40 participants and three MSMEs. The programme employed interactive lectures, case-based discussions, and technical mentoring. The results indicate a significant increase in participants' knowledge of the fundamental principles of halal–haram, halal production processes, and the steps required for halal certification submission. Participants demonstrated strong engagement throughout the sessions, and five MSME owners expressed their readiness to initiate the halal certification process. Overall, the programme shows that structured education effectively promotes awareness and strengthens community commitment to implementing halal product assurance.

Keywords: Halal Certification, Education, MSMEs, Halal Literacy.

PENDAHULUAN

Sertifikasi halal memegang peranan krusial dalam menjamin bahwa produk

yang dikonsumsi oleh umat Islam memenuhi standar syariat, memastikan kehalalan mulai dari bahan baku hingga proses produksi (Subianto, 2019). Pentingnya sertifikasi ini meluas tidak hanya pada makanan dan minuman, tetapi juga mencakup sektor-sektor lain dalam gaya hidup Muslim, yang kini mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya populasi Muslim global (Dahlan, 2018). Di Indonesia, sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim, kesadaran akan pentingnya produk halal menjadi semakin mendesak, mengingat jumlah penduduk Muslim mencapai 237,53 juta jiwa (Diyah et al., 2022). Hal ini menegaskan urgensi edukasi dan sosialisasi berkelanjutan mengenai sertifikasi halal guna memastikan jaminan produk yang tidak hanya halal, tetapi juga ṭayyib (baik, bersih, dan tidak berbahaya) bagi konsumen (Maszudi et al., 2023).

Meskipun demikian, tingkat literasi halal dan kesadaran konsumen masih tergolong rendah, sejalan dengan masih terbatasnya jumlah pelaku usaha yang menerapkan jaminan produk halal (Purnamasari et al., 2015). Hal ini mengindikasikan adanya celah signifikan antara regulasi dan implementasi di lapangan, sehingga diperlukan upaya komprehensif untuk meningkatkan pemahaman dan kepatuhan terhadap standar halal di kalangan masyarakat dan pelaku usaha (Santoso et al., 2021). Peningkatan literasi halal sangat esensial karena dapat mendorong permintaan global terhadap produk halal, khususnya di pasar Muslim, serta dapat memberikan jaminan nilai produk, termasuk aspek kesehatan dan etika produksi, bagi semua konsumen, tidak hanya Muslim (Maryam, 2022).

Peningkatan kesadaran konsumen melalui edukasi yang efektif juga dapat mendorong produsen untuk semakin memperhatikan jaminan kehalalan produk mereka, sehingga menciptakan ekosistem industri halal yang lebih kuat dan berkelanjutan (Sahir et al., 2021). Selain itu, kesadaran dan kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk merupakan faktor vital untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan daya saing UMKM di era digital, di mana strategi branding digital juga perlu mempertimbangkan aspek halal (Anwar, 2020). Meskipun Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, masih banyak konsumen dan produsen Muslim yang belum memiliki kesadaran penuh akan pentingnya mematuhi ketentuan syariat Islam dalam mengonsumsi dan memproduksi barang dan jasa (Pratikto et al., 2021). Fenomena ini menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang belum sepenuhnya memahami prinsip-prinsip syariah terkait produk halal, sehingga edukasi dan sosialisasi menjadi sangat relevan untuk meningkatkan pemahaman tersebut (Sahir et al., 2021).

Laju pertumbuhan populasi Muslim dunia turut mendorong ekspansi sektor

produk halal secara global, menciptakan prospek cerah bagi perusahaan yang beroperasi di pasar mayoritas Muslim dan menggarisbawahi pentingnya sertifikasi halal sebagai strategi pemasaran global yang efektif, terutama di Indonesia (Kusuma & Anandya, 2023). Faktanya, industri makanan halal global mencatat pertumbuhan tahunan yang signifikan, mencapai 4,6% selama periode 2004 hingga 2016, menunjukkan potensi pasar yang sangat besar dan berkelanjutan (Hayati & Putri, 2021). Dalam konteks ini, program edukasi dan sosialisasi yang terstruktur menjadi krusial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan pelaku usaha akan regulasi Jaminan Produk Halal yang ditetapkan pemerintah (Permata, 2018). Upaya ini diharapkan dapat menjembatani kesenjangan antara potensi besar industri halal di Indonesia dan implementasi riilnya, mengingat masih adanya ketidakseimbangan antara produk, permintaan, pasar, dan struktur kelembagaan dalam industri halal (Rahman, 2019).

Meskipun demikian, data menunjukkan bahwa dari ratusan ribu produk yang beredar di Indonesia, hanya sebagian kecil yang telah tersertifikasi halal, menandakan adanya peluang besar untuk peningkatan dalam aspek ini (Gustiana, 2023). tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengedukasi dan menyosialisasikan pentingnya sertifikasi halal kepada masyarakat Muslim dan pelaku UMKM, guna mendorong peningkatan kesadaran serta implementasi praktik halal dalam produksi dan konsumsi.

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat dan pelaku UMKM terhadap pentingnya jaminan produk halal masih belum sebanding dengan regulasi serta besarnya peluang industri halal nasional. Meskipun Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia dan potensi pasar halal yang terus berkembang, tingkat literasi halal masyarakat tetap rendah, sementara jumlah produk yang tersertifikasi halal masih sangat terbatas. Banyak UMKM belum memahami prinsip halal–haram, standar proses produksi halal, maupun prosedur administratif untuk memperoleh sertifikasi, sehingga menimbulkan kesenjangan antara tingginya kebutuhan masyarakat akan produk halal yang terjamin dan rendahnya kapasitas pelaku usaha dalam menerapkan standar tersebut. Oleh karena itu, dibutuhkan program edukasi dan sosialisasi yang lebih terstruktur, praktis, dan mudah diakses guna menjembatani gap antara regulasi, pemahaman masyarakat, dan kesiapan UMKM, sehingga literasi halal dapat meningkat dan semakin banyak pelaku usaha yang mampu menjalankan proses sertifikasi secara mandiri dan berkelanjutan.

METODOLOGI

Edukasi ini dilaksanakan dengan cara pemaparan materi, diskusi interaktif,

dan studi kasus, yang disesuaikan dengan kebutuhan serta karakteristik peserta, khususnya para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah. Pendekatan interaktif ini dirancang untuk memastikan bahwa peserta dapat dengan mudah memahami dan menyerap materi yang disampaikan, sehingga mereka dapat berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosialisasi. Metode ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan pemahaman dasar-dasar pemasaran produk halal dan dampaknya terhadap keberlanjutan bisnis UMKM, terutama dalam menghadapi persaingan global. Dengan demikian, edukasi ini memfokuskan pada integrasi strategi pemasaran digital yang inovatif dengan prinsip-prinsip syariah untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing UMKM di kancah internasional.

Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 12 Maret 2025 bertempat di Masjid Al-Amin Bumi Mutiara, Bojongkulur, Gunungputri, Bogor, Jawa Barat, dengan narasumber Bapak Warto dan peserta sebanyak 40 orang dan tiga UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan ini meliputi serangkaian acara yang dimulai dari persiapan teknis, pembukaan resmi, penyampaian materi, sesi diskusi interaktif, hingga evaluasi untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Proses ini diawali dengan mengidentifikasi kebutuhan spesifik audiens, terutama pelaku UMKM, untuk menyesuaikan materi agar relevan dan aplikatif dalam konteks bisnis mereka. Selanjutnya, kegiatan berlanjut dengan sesi pemaparan materi yang mendalam, mencakup: 1) Prinsip Dasar Halal-Haram dalam Islam: Pembahasan mendalam mengenai landasan syariat Islam terkait halal dan haram, termasuk sumber hukum dan kategori produk yang diharamkan, untuk membangun pondasi pemahaman yang kuat; 2) Proses Produksi Halal (PPH): Penjelasan mengenai standar dan prosedur yang harus dipatuhi dalam seluruh tahapan produksi, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pengolahan, penggunaan peralatan, hingga penyimpanan, guna memastikan kehalalan produk secara menyeluruh.; 3) Tips Membaca Label dan Kode Bahan Tambahan (E-code): Sesi praktis yang membekali peserta dengan kemampuan untuk mengidentifikasi status kehalalan produk melalui label kemasan, termasuk memahami fungsi dan status kehalalan berbagai kode bahan tambahan pangan (E-code) yang sering ditemukan.; 4) Prosedur Pendaftaran Sertifikasi Halal UMKM: Bimbingan langkah demi langkah mengenai persyaratan dan tahapan pengajuan sertifikasi halal bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ke Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

Sesi diskusi interaktif kemudian memfasilitasi pertukaran ide dan tanya jawab antara narasumber dan peserta, memungkinkan klarifikasi terhadap

berbagai isu kompleks terkait implementasi sertifikasi halal di tingkat praktis. Hal ini sejalan dengan upaya peningkatan pemahaman pelaku UMKM tentang Sistem Jaminan Halal dan implementasinya, sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan konsumen terkait ketersediaan jaminan halal untuk produknya. Penyediaan informasi mengenai persyaratan dan tahapan pengajuan sertifikasi halal sangat penting, mengingat masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya memahami proses ini. Materi ini juga mencakup panduan tentang pemantauan kesiapan produk UMKM untuk sertifikasi halal secara mandiri, yang memungkinkan evaluasi bahan dan prosedur produksi yang rentan terhadap titik kritis. Pembahasan ini bertujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan komprehensif agar dapat mengidentifikasi, menganalisis, dan mengatasi potensi syubhat dalam rantai pasok dan proses produksi mereka. Kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal dan jaminan mutu produk juga menjadi fokus utama, mengingat masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya memahami regulasi ini, meskipun terdapat dukungan penuh dari UMKM terhadap kewajiban sertifikasi halal. Faktanya, seringkali ditemukan bahwa kurangnya informasi dan pemahaman mengenai kompleksitas proses sertifikasi halal menjadi hambatan utama bagi banyak Usaha Mikro dan Kecil.

Gambar 2. Peserta & Diksusi.



Sumber: Dokumentasi Penulis.

Dilakukan juga bimbingan langkah demi langkah mengenai persyaratan dan tahapan pengajuan sertifikasi halal bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ke Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

Kegiatan ini menghasilkan peningkatan pemahaman yang signifikan di kalangan peserta mengenai urgensi sertifikasi halal, terutama dalam konteks pengembangan produk UMKM dan strategi pemasaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi yang komprehensif dapat menjembatani kesenjangan pengetahuan serta mendorong adopsi praktik bisnis yang sesuai

dengan prinsip syariah. Peningkatan ini tercermin dari antusiasme peserta dalam sesi diskusi serta komitmen mereka untuk mulai mengintegrasikan aspek halal dalam setiap tahapan produksi dan pemasaran produk mereka. Meskipun demikian, keberlanjutan sosialisasi dan pendampingan pasca-edukasi tetap krusial untuk memastikan bahwa pemahaman yang didapatkan dapat diimplementasikan secara konsisten dan berkelanjutan dalam operasional bisnis UMKM.

KESIMPULAN

Kegiatan edukasi dan bimbingan teknis mengenai sertifikasi halal yang dilaksanakan di Masjid Al-Amin Bumi Mutiara terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat dan pelaku UMKM mengenai prinsip halal–haram serta prosedur pengajuan sertifikasi halal. Program ini mampu memperkuat literasi halal peserta melalui materi yang komprehensif, diskusi interaktif, dan pendampingan teknis yang aplikatif. Antusiasme peserta serta komitmen beberapa UMKM untuk segera mengurus sertifikasi halal menunjukkan bahwa kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga mendorong kesiapan praktis dalam mengimplementasikan jaminan produk halal. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi pada upaya memperluas kesadaran dan penerapan standar halal di tingkat komunitas, sekaligus memperkuat ekosistem UMKM berbasis syariah secara berkelanjutan.

REFERENSI

Anwar, M. K. (2020). Produktivitas dalam Perspektif Ekonomi Islam. *BISEI: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, *5*(01), 1–14.

Dahlan, R. (2018). Relevansi Pemahaman Agama dengan Interaksi Sosial Siswa (Studi Pada Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) Se-Kecamatan Tanahsareal Kota Bogor: Penamas. *Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, *31*, 251–490.

Diyah, N. E., Riyanti, A., & Karim, M. (2022). Implementasi Sertifikasi Halal Pada Kuliner Umkm Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, *1*(12), 2863–2874.

Gustiana, R. (2023). Efektifitas BPJPH terhadap Sertifikasi Halal Produk UMKM Indonesia. *Al-Maqrizi J. Ekon. Syariah Dan Stud. Islam Prodi Ekon. Syariah Univ. Pamulang*, *1*(1), 1–21.

Hayati, S. R., & Putri, S. A. M. (2021). Analisis literasi halal, label halal, Islamic branding, dan religious commitment pada pembelian makanan di Tsabita Halal Bakery. *SHAHIH: Journal of Islamicate Multidisciplinary*, *6*(2), 164–176.

Kusuma, C. A., & Anandya, D. (2023). The impact of consumer purchase intention and halal brand equity on halal-labeled instant noodle products in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship & Business*, *4*(2), 125–137.

Maryam, A. (2022). Analysis of Halal literacy level on Halal awareness and use of Halal products. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, *11*(1), 85–96.

Maszudi, E., Hapid, H., & Haedar, H. (2023). Strategi Strategi Digital Marketing Untuk Pemberdayaan Umkm Di Indonesia. *Prima Ekonomika*, *14*(1), 74–96.

Permata, A. R. E. (2018). Harapan dan Realitas Implementasi Regulasi Jaminan Produk Halal Di Indonesia. *Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, *5*(1), 1–10.

Pratikto, H., Taufiq, A., Voak, A., Deuraseh, N., Nur, H., Dahlan, W., & Purnomo, A. (2021). *Halal Development: Trends, Opportunities and Challenges: Proceedings of the 1st International Conference on Halal Development (ICHaD 2020), Malang, Indonesia, October 8, 2020*.

Purnamasari, T. I., Hawin, M., & Anshori, A. (2015). Pengaturan Bentuk-bentuk Perlindungan Konsumen dalam Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal Dan Tayib Di Indonesia. *Universitas Gadjah Mada*.

Rahman, M. R. (2019). Peran Zakat Dalam Mengentaskan Kemiskinan Di Indonesia. *Hukum Islam*, *19*(2), 130–148.

Sahir, S., Fahlevi, M., Kasbuntoro, K., & Sutia, S. (2021). *Effect of halal food management system certification on buying interest of Indonesian consumer goods. Uncertain Supply Chain Management, 9 (3), 731-738*.

Santoso, S., Alfarisah, S., Fatmawati, A. A., & Ubaidillah, R. (2021). Correlation analysis of the halal certification process and perceptions of the. Cost of halal certification with the intentions of food and beverage SMEs actors. *Jurnal Religious*, *5*(2), 297–308.

Subianto, P. (2019). *Rantai nilai dan perspektif kesadaran masyarakat muslim akan makanan halal*. 141–146.