Halal di Label, Ragu di Layar Menguji Integritas Sertifikasi Halal di Era Belanja Digital

Fauzan Al Hafiz

KSEI LiSEnSi UIN Jakarta

Article Info

Article history:

Field Research
(November)

Keywords:

Halal Certification, Integrity, Supervision, Digital Shopping.

ABSTRACT

Sertifikasi halal memiliki peran penting dalam memberikan jaminan kehalalan produk dan membangun kepercayaan konsumen Muslim. Namun, perkembangan belanja digital menghadirkan tantangan baru dalam verifikasi label dan pengawasan produk setelah sertifikasi diterbitkan. Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi literatur dengan memanfaatkan data sekunder. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa integritas sertifikasi halal masih menghadapi kendala berupa keterbatasan auditor, dominasi jalur *self declare*, lemahnya pengawasan pasca-sertifikasi, serta belum optimalnya verifikasi pada platform digital. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya penguatan transparansi, verifikasi digital, dan pengawasan berbasis risiko untuk menjaga kesesuaian antara label halal dan kondisi produk di pasar.

Editor:

Shofi Shidqiyah
Faculty of Economics and Business

PENDAHULUAN

Bagi konsumen Muslim, logo halal pada kemasan adalah jalan pintas untuk percaya. Kita tidak pernah melihat dapur pabrik, tidak tahu dari mana gelatin dalam permen anak kita berasal, dan tidak mungkin menguji DNA setiap produk yang kita beli. Karena itu, seluruh beban kepercayaan diletakkan pada satu tanda kecil berwarna ungu. Pertanyaannya, seberapa layak tanda itu dipercaya?

Data terbaru menunjukkan skala tantangannya. Hingga April 2026, dari sekitar 64 juta produk yang beredar di Indonesia, baru 24 juta yang bersertifikat halal, atau sekitar 37,5% (MUI, 2026). Sejak 2021, BPJPH telah menerbitkan sekitar 4,45 juta sertifikat. Pada periode 1 Januari–14 Oktober 2026 saja, terbit sekitar 1,1 juta sertifikat lewat jalur *self declare* dan hanya 36.148 lewat jalur reguler. Artinya, hampir 97% sertifikat tahun ini lahir dari pernyataan mandiri pelaku usaha yang diverifikasi pendamping, bukan dari audit lembaga pemeriksa halal (Databoks Katadata, 2026). Kapasitas pengawasnya timpang: Indonesia hanya memiliki 1.899 auditor halal dan 122 Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), sementara jumlah pendamping proses produk halal mencapai sekitar 117.000 orang, atau 62 pendamping untuk setiap auditor (Fortune IDN, 2026).

Pada saat yang sama, cara orang berbelanja berubah. BPS mencatat sekitar 4,4 juta usaha e-commerce pada 2024, dengan 23,97% di antaranya bergerak di sektor makan-minum (GoodStats, 2025b). Sebanyak 95,33% usaha e-commerce berjualan lewat aplikasi pesan instan dan 33,29% lewat media sosial (GoodStats, 2025a), yaitu kanal yang hampir tidak memiliki mekanisme verifikasi label. Di kanal seperti ini, logo halal hanyalah gambar yang bisa ditempel siapa saja pada foto produk.

Kasus di lapangan menegaskan bahwa celah itu nyata. Pada April 2025, BPOM dan BPJPH menemukan 9 produk pangan olahan (8 marshmallow dan 1 gelatin) yang mengandung DNA atau peptida babi, dan 7 di antaranya sudah bersertifikat halal (BPOM, 2025). Pada 2025, sebuah camilan anak impor beredar dengan label halal sekaligus keterangan "mengandung babi" akibat kesalahan pelabelan distributor (BPJPH, 2026a). Terbaru, uji petik Ombudsman RI pada 14–16 Oktober 2026 di Jakarta dan Tangerang Selatan menemukan 78 dari 159 produk (49,1%) belum sesuai ketentuan sertifikasi halal. Temuannya antara lain logo halal lama, nomor sertifikat yang tidak terdaftar di sistem BPJPH, produk impor tanpa nomor registrasi, dan dokumen halal tahun 2019 di Pasar Mayestik yang tidak pernah dipantau lagi (ANTARA, 2026).



Gambar 2. Ombudsman RI menyampaikan hasil pengawasan sertifikasi halal di Jakarta dan Tangerang Selatan kepada BPJPH. Uji petik terhadap 159 produk menemukan 78 produk (49,1%) belum sesuai ketentuan. Sumber: ANTARA (2026)

PEMBAHASAN

Menurut saya, sertifikasi halal di Indonesia belum bisa disebut sekadar formalitas administratif, tetapi juga belum bisa disebut jaminan integritas yang utuh. Sistem kita kuat di hulu, yaitu menerbitkan sertifikat, namun lemah di hilir, yaitu memastikan produk tetap sesuai sertifikatnya setiap hari. Sertifikat pada dasarnya adalah potret satu waktu. Begitu pemasok bahan berganti, resep diubah, atau produk dijual ulang lewat kanal yang tidak terpantau, potret itu bisa kedaluwarsa tanpa ada yang menyadarinya.

Argumen pertama bertumpu pada teori ekonomi. Kehalalan termasuk *credence good*, yaitu atribut yang tidak bisa dinilai konsumen bahkan setelah produk dikonsumsi. Darby dan Karni menunjukkan bahwa pada barang semacam ini, peluang kecurangan paling besar karena pembeli hampir mustahil membuktikannya (Darby & Karni, 1973). Akerlof menjelaskan akibat lanjutannya: ketika pembeli tidak bisa membedakan barang baik dan buruk, kepercayaan pada seluruh pasar ikut runtuh (Akerlof, 1970). Dalam konteks halal, satu kasus marshmallow bersertifikat yang mengandung babi tidak hanya merugikan satu merek, tetapi juga merusak kepercayaan terhadap jutaan sertifikat lain yang jujur.

Argumen kedua menyangkut kuantitas versus kualitas. Jalur *self declare* patut diapresiasi karena membuka akses bagi usaha mikro yang selama ini terhalang biaya. Namun ketika 97% sertifikat lahir dari jalur ini, sementara rasio auditor dan pendamping mencapai 1 banding 62, mudah dipahami bahwa verifikasi lapangan tidak mungkin sedalam audit reguler. Masalahnya juga bukan hanya pada usaha kecil. Kasus marshmallow menunjukkan bahwa titik rawan sering berada di rantai pasok bahan baku. INDEF mencatat sekitar 90% gelatin halal masih diimpor, dan pasokan bahan baku bersertifikat halal baru memenuhi sekitar 37% kebutuhan (Fortune IDN, 2026).

Argumen ketiga adalah lemahnya koordinasi dan pengawasan pasca-sertifikasi. Polemik produk bernama “wine” dan “beer” yang mendapat sertifikat halal pada 2024 terjadi karena perbedaan pandangan antara Komisi Fatwa MUI dan Komite Fatwa Produk Halal, padahal standar penamaan sudah ada (BPJPH, 2024). Temuan Ombudsman juga memperlihatkan dokumen halal yang tidak dipantau selama bertahun-tahun. Ini adalah tanda bahwa sistem kita lebih sibuk mengejar target jumlah sertifikat daripada menjaga sertifikat yang sudah terbit.
Meski demikian, menyebut sistem ini gagal juga tidak adil. Temuan marshmallow justru terungkap karena BPJPH dan BPOM melakukan uji laboratorium, dan produknya ditarik dari peredaran. BPJPH juga telah menerbitkan Peraturan BPJPH Nomor 2 Tahun 2026 yang mengatur sanksi berjenjang, mulai dari peringatan tertulis, denda, pencabutan sertifikat, hingga penarikan produk, termasuk sanksi bagi pendamping yang lalai (UKM Indonesia, 2026). Instrumennya sudah ada; yang belum ada adalah pengawasan yang rutin, berbasis risiko, dan menjangkau kanal digital.

Di sinilah prinsip ekonomi syariah relevan. Al-Qur’an memerintahkan agar amanah disampaikan kepada yang berhak, dan Rasulullah saw. menegaskan bahwa orang yang menipu bukan termasuk golongannya (QS. An-Nisa’ [4]: 58; HR. Muslim no. 102). Amanah berarti kehalalan adalah janji yang dijaga terus-menerus, bukan stempel yang sekali didapat lalu dilupakan. Transparansi berarti konsumen berhak memeriksa sendiri janji itu, bukan hanya diminta percaya. Kedua prinsip ini bisa diterjemahkan langsung menjadi kebijakan.

Solusi

1. **Label halal wajib dapat diverifikasi.** Setiap label halal, baik di kemasan maupun di foto produk daring, sebaiknya disertai kode QR yang terhubung ke sistem SIHALAL. Dengan sekali pindai, konsumen bisa melihat nomor sertifikat, masa berlaku, nama pelaku usaha, dan statusnya (aktif, dibekukan, atau dicabut). Inilah wujud paling sederhana dari prinsip transparansi.
2. **Platform digital ikut bertanggung jawab.** Marketplace dan media sosial yang memfasilitasi penjualan pangan sebaiknya wajib mencocokkan nomor sertifikat dengan basis data BPJPH sebelum penjual boleh memakai lencana atau kata "halal". Status sertifikat yang dicabut harus otomatis menurunkan label tersebut dari etalase. Untuk penjualan lewat WhatsApp dan Instagram, BPJPH dapat menyediakan tautan verifikasi resmi yang wajib dicantumkan penjual.
3. **Pengawasan pasca-sertifikasi berbasis risiko.** Sumber daya pengawasan yang terbatas sebaiknya diarahkan ke produk berisiko tinggi, seperti gelatin, daging olahan, perisa, dan produk impor. Uji laboratorium acak, termasuk uji DNA babi, perlu dilakukan berkala, ditambah "mystery shopping" di toko daring. Hasilnya diumumkan secara terbuka agar ada efek jera.
4. **Perkuat jalur *selfdeclare* tanpa mematikannya.** Jalur ini tetap dibutuhkan UMK, tetapi perlu dibatasi pada produk berisiko rendah dengan bahan yang jelas kehalalannya. Selain itu, perlu audit acak terhadap sebagian pelaku usaha *selfdeclare* setiap tahun, sertifikasi dan evaluasi kinerja pendamping, serta penambahan auditor halal agar rasio 1 banding 62 bisa ditekan.
5. **Wajib lapor perubahan bahan dan pemasok.** Amanah berkelanjutan berarti pelaku usaha wajib melaporkan setiap pergantian bahan baku atau pemasok melalui SIHALAL sebelum produk baru beredar. Kelalaian melapor diperlakukan sebagai pelanggaran yang dikenai sanksi sesuai Peraturan BPJPH Nomor 2 Tahun 2026.
6. **Libatkan konsumen dan buka data pelanggaran.** Sesuai rekomendasi Ombudsman, perlu kanal pengaduan yang responsif dan terintegrasi (ANTARA, 2026). BPJPH juga sebaiknya menerbitkan daftar publik produk yang sertifikatnya dibekukan atau dicabut. Kampus, pesantren, dan komunitas konsumen Muslim dapat dilibatkan sebagai relawan pemantau sekaligus agen literasi cek label halal.

PENUTUP

Momentum wajib halal yang berlaku Oktober 2026, seharusnya tidak hanya diukur dari berapa juta sertifikat yang terbit, tetapi juga dari seberapa sering sertifikat itu benar benar sesuai dengan isi kemasan. Data yang dipaparkan di atas menunjukkan bahwa sertifikat halal di Indonesia bukan sekadar formalitas administrative, karena sistemnya mampu mendeteksi, menarik produk, dan menjatuhkan sanksi. Namun, system ini juga belum menjadi jaminan intgritas yang utuh, karena pengawasan setelah sertifikat terbit masih tertinggal jauh dari penerbitannya.

Menurut saya, integritas halal tidak bisa dibebankan kepada BPJPH semata. Ia adalah tanggung jawab bersama dalam satu rantai. Pemerintah perlu menggeser ukuran keberhasilan dari jumlah sertifikat menuju kepatuhan di pasar. Platform digital perlu berhenti menjadi etalase pasif dan ikut memverifikasi label yang di pajang penjualnya. Pelaku usaha perlu memandang sertifikat sebagai Amanah yang di jaga setiap kali mengganti bahan atau pemasok, bukan sebagai syarat sekali urus. Konsumen pun perlu naik kelas dari sekadar melihat logo menjadi terbiasa memeriksa nomor sertifikat dan melaporkan kejanggalan.

Sebagai mahasiswa ekonomi Syariah, saya melihat persoalan ini menyentuh inti dari ekonomi Syariah itu sendiri. Pertumbuhan industry halal sering dibanggakan lewat angka pasar dan target menjadi pusat halal dunia. Akan tetapi, seperti diingatkan Akerlof, pasar yang kehilangan kepercayaan akan ditinggalkan pembelinya. Kepercayaan itulah modal terbesar industry halal, dan modal itu tidak dibangun lewat promosi, melainkan lewat konsistensi antara label dan kenyataan. Pada akhirnya, label halal adalah panji, Amanah menuntut janji itu ditepati setiap hari, dan tranparansi memungkinkan siapa pun membuktikannya. Selama kedua prinsip ini belum hadir dalam pengawasan, konsumen muslim akan terus berbelanja dengan sedikit rasa ragu. Tugas kita bersama adalah memastikan bahwa setiap logo halal, baik di kemasan maupun di layer digital harus benar-benar layak dipercaya.

REFERENSI

Akerlof, G. A. (1970). The market for "lemons": Quality uncertainty and the market mechanism. The Quarterly Journal of Economics, 84(3), 488–500. https://doi.org/10.2307/1879431

ANTARA. (2026, 11 November). Ombudsman sampaikan hasil pengawasan sertifikasi halal ke BPJPH.

https://www.antaranews.com/berita/5847863/ombudsman-sampaikan-hasil-pengawasan-sertifikasi-halal-ke-bpjph

BPJPH. (2024, 1 Oktober). Viral nama produk tuak, beer, wine dapat sertifikat halal. https://bpjph.halal.go.id/read/viral-nama-produk-tuak-beer-wine-dapat-sertifikat-halal-bpjph-produk-dipastikan-halal-persoalan-pada-kesepakatan-penamaan

BPJPH. (2026a, 11 Mei). Muncul unggahan medsos tentang produk jajanan anak-anak berlabel halal luar negeri cantumkan keterangan tidak halal. https://bpjph.halal.go.id/read/muncul-unggahan-medsos-tentang-produk-jajanan-anak-anak-berlabel-halal-luar-negeri-cantumkan-keterangan-tidak-halal-begini-penjelasan-bpjph

BPJPH. (2026b, 11 Juni). Raker dengan DPR, Kepala BPJPH pastikan implementasi wajib halal Oktober 2026 sesuai tahapan. https://bpjph.halal.go.id/read/raker-dengan-dpr-kepala-bpjph-pastikan-implementasi-wajib-halal-oktober-2026-sesuai-tahapan

BPOM. (2025, 21 April). Sinergi pengawasan produk halal, BPOM dan BPJPH temukan 9 produk pangan olahan mengandung babi. https://www.pom.go.id/berita/sinergi-pengawasan-produk-halal-bpom-dan-bpjph-temukan-9-produk-pangan-olahan-mengandung-babi

Darby, M. R., & Karni, E. (1973). Free competition and the optimal amount of fraud. The Journal of Law and Economics, 16(1), 67–88. https://doi.org/10.1086/466756

Databoks Katadata. (2026, 14 Oktober). Jumlah sertifikat halal yang diterbitkan BPJPH periode 2021–Oktober 2026. https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/6acf0758cc722/jumlah-sertifikat-halal-yang-diterbitkan-bpjph-periode-2021-oktober-2026

Fortune IDN. (2026, 1 Oktober). INDEF: Wajib halal di depan mata, ekosistem belum siap. https://www.fortuneidn.com/sharia/indef-wajib-halal-di-depan-mata-ekosistem-belum-siap-00-4vfn9-9nl4gx

GoodStats. (2025a, 28 Februari). Mayoritas usaha e-commerce berjualan lewat aplikasi pesan instan. https://goodstats.id/article/mayoritas-usaha-e-commerce-berjualan-lewat-aplikasi-pesan-instan-HmFph

GoodStats. (2025b, 5 Desember). Jumlah usaha e-commerce Indonesia tembus 4 juta pada 2024. https://data.goodstats.id/statistic/jumlah-usaha-e-commerce-indonesia-tembus-4-juta-pada-2024-SJrOt

MUI. (2026, 1 Mei). Dari 64 juta baru 24 juta produk bersertifikat halal, BPJPH ajak akselerasi. https://mui.or.id/baca/berita/dari-64-juta-baru-24-juta-produk-bersertifikat-halal-bpjph-ajak-akselerasi

UKM Indonesia. (2026, 9 Agustus). Sanksi administratif BPJPH: Kepatuhan jaminan produk halal kini lebih ketat. https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/sanksi-administratif-bpjph-kepatuhan-jaminan-produk-halal-kini-lebih-ketat