

**IMPLIKASI SERTIFIKASI HALAL TERHADAP DAYA JUAL DAGING
(Studi Kasus Pada Penjual Daging di Pasar Palapa, Brayan)**Ema Saswita Cania¹ Chuzaimah Batubara²

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Correspondence Author: emacania@gmail.com

Abstract: *This study examines the implications of halal certification on the sales of meat in Palapa Market, Brayan, using a phenomenological approach and data triangulation. The findings indicate that halal certification significantly enhances consumer trust and boosts sales, with an observed increase of up to 20% in some vendors after certification. Consumer surveys reveal that 80% of respondents prefer buying meat from certified vendors, aligning with previous research indicating that halal certification is associated with higher perceived quality and safety. However, the study also identifies challenges in obtaining certification, particularly the high costs and complex procedures, which pose significant barriers for small-scale vendors. To address these issues, government intervention and supportive policies are essential, including subsidies and streamlined certification processes. Overall, halal certification not only meets consumer demands and improves market competitiveness but also contributes significantly to economic growth in the halal food sector.*

Keywords: *Halal Certification; Halal Slaughter; Halal Food; Economic Growth.*

Abstrak: Penelitian ini mengkaji implikasi sertifikasi halal terhadap penjualan daging di Pasar Palapa, Brayan, dengan menggunakan pendekatan fenomenologi dan triangulasi data. Temuan menunjukkan bahwa sertifikasi halal secara signifikan meningkatkan kepercayaan konsumen dan penjualan, dengan peningkatan hingga 20% di beberapa pedagang setelah memperoleh sertifikasi. Survei konsumen mengungkapkan bahwa 80% responden lebih memilih membeli daging dari pedagang bersertifikasi, sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa sertifikasi halal dikaitkan dengan kualitas dan keamanan yang lebih tinggi. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan dalam memperoleh sertifikasi, terutama biaya tinggi dan prosedur yang kompleks, yang menjadi hambatan signifikan bagi pedagang skala kecil. Untuk mengatasi masalah ini, intervensi pemerintah dan kebijakan pendukung sangat penting, termasuk subsidi dan proses sertifikasi yang disederhanakan. Secara keseluruhan, sertifikasi halal tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan daya saing pasar, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di sektor makanan halal.

Kata Kunci: Sertifikasi Halal; Penyembelihan Halal; Makanan Halal; Pertumbuhan Ekonomi.

PENDAHULUAN

Sertifikasi halal telah menjadi elemen penting dalam industri makanan global, terutama bagi negara-negara dengan populasi Muslim yang signifikan. Produk yang bersertifikasi halal tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen Muslim tetapi juga menarik konsumen non-Muslim yang mengaitkan produk halal dengan standar kebersihan dan kualitas yang tinggi. Produk daging, sebagai salah satu kategori utama dalam industri halal, memerlukan perhatian khusus mengingat proses produksinya yang harus mematuhi syariat Islam. Sertifikasi halal memberikan jaminan bahwa produk daging diproses, disembelih, dan ditangani sesuai dengan aturan halal, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka akses ke pasar yang lebih luas.

Mandatory sertifikasi produk halal terdapat dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Melalui undang-undang ini, negara memberikan jaminan produk halal kepada masyarakat demi status keamanan dan kepastian. Dalam pasal 7 dan pasal 8

dijelaskan bahwa setiap produk yang beredar di Indonesia wajib memiliki sertifikat produk halal (Pemerintah Republik Indonesia, 2014). Rumah Potong Hewan sebagai pemasok daging mentah untuk banyak jenis produk olahan daging di Indonesia mendapat kewajiban untuk melakukan sertifikasi halal terhadap berbagai jenis daging yang dihasilkan.

Selain itu, kesejahteraan hewan juga menjadi salah satu aspek yang diperhatikan dalam Islam dan isu halal (Abdul Rahman, 2017; Awan & Rahim, 2018; Farouk, Pufpaff, & Amir, 2016; Tlili, 2018). Oleh karena itu, Rumah Potong Hewan sebagai pemasok daging harus memiliki standar yang sesuai dengan kriteria halal menurut syariah. Standar tersebut meliputi logistik masuk, aktivitas operasi, logistik keluar, penjualan, dan pelayanan (Sari, 2021) (Setiawan et al., 2024).

Daging merupakan kebutuhan pokok yang dikonsumsi Sebagian besar masyarakat Indonesia. Sebagai sumber protein yang dapat memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kesehatan tubuh, Protein merupakan komponen penting dalam metabolisme, perbaikan dan pembangunan jaringan tubuh manusia. Protein juga berperan dalam produksi antibodi yang akan melindungi tubuh dari infeksi sehingga memperkuat sistem kekebalan tubuh. Beberapa ahli gizi berpendapat bahwa daging menjadi sumber protein yang paling baik karena mengandung semua asam amino esensial. Di dalam mengonsumsi daging baik daging sapi, kerbau, burung, ayam dan sebagainya tentunya harus diketahui tingkat kehalalannya.

Walaupun daging tersebut halal untuk kita konsumsi namun apabila proses pengolahannya tidak dilakukan dengan cara halal maka daging tersebut dikategorikan makanan yang haram dan dilarang untuk di makan, misalnya diawali dari proses dari mana hewan itu diperoleh, apakah dari hasil mencuri, berburu, ataukah hasil beternak, apakah proses penyembelihannya sudah sesuai dengan syariat Islam ataukah belum, apakah daging tersebut dari proses penjualannya tercampur dengan daging babi atau tidak (Muamar & Jumena, 2020)

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya beragama Islam terbesar di dunia. Menurut laporan The Royal Islamic Strategic Studies Center/RISSC (Monavia, 2022), populasi muslim di Indonesia diperkirakan mencapai 237,56 juta jiwa. Indonesia kembali menjadi negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia pada 2022. Jumlah penduduk muslim tersebut setara dengan 86,7% populasi di dalam negeri. Jika dibandingkan secara global, jumlahnya setara dengan 12,30% dari populasi muslim dunia yang sebanyak 1,93% (Melly et al., 2023). Dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki kebutuhan yang tinggi akan produk daging halal (Riyadi, 2023).

Saat ini, sertifikasi halal memainkan peran yang semakin penting dalam industri makanan, khususnya untuk produk daging. Di Indonesia, dengan populasi Muslim terbesar di dunia, sertifikasi halal tidak hanya menjadi kebutuhan religius tetapi juga faktor penting dalam menentukan daya jual produk di pasar lokal dan internasional. Di Pasar Palapa, yang merupakan salah satu pasar tradisional besar di Indonesia, pedagang daging semakin menyadari pentingnya memiliki sertifikasi halal untuk memenuhi kebutuhan konsumen Muslim yang mencari jaminan kehalalan produk yang mereka beli.

Pada penelitian terdahulu oleh Wardo dan Samsuri tentang “Sertifikasi Halal dan Implikasinya bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia” menjelaskan bahwa Indonesia dengan jumlah penduduk muslim yang besar memiliki pangsa pasar produk halal yang sangat menggiurkan didukung dengan tingginya tingkat konsumsi masyarakat Indonesia menjadikan Indonesia sebagai pasar potensial khususnya produk halal. (Wardo & Samsuri, 2020). Dwi Purnomo dkk menjelaskan dalam penelitian yang berjudul “Posisi Daya Saing Produk dan Kelembagaan Agroindustri Halal ASEAN” bahwa Indonesia perlu meningkatkan

kemampuannya dalam menciptakan produk-produk yang inovatif terutama dalam hal penampilan, cara penyajian dan mutu produk. Produk-produk halal Indonesia memiliki *level of trust* yang tinggi, hal tersebut menunjukkan bahwa produk-produk Indonesia diyakini konsumen adalah produk-produk yang cenderung identik dengan produk halal (Purnomo et al., 2012).

Menurut Eva Nur Hasanah dan Dani Gusnadi dengan judul penelitian Pengembangan Strategi Pemasaran Syariah Daging dan Ikan Halal melalui Digital Marketing : Studi Kasus pada PT Daya Desa Asasta, berfokus pada strategi pemasaran digital terhadap produk daging dan ikan, khususnya daging dan ikan yang sudah tersertifikasi halal. Karena PT. Daya Desa Asasta sebagai objek penelitian sudah memiliki sertifikasi halal. Melalui logo halal yang dicantumkan Perusahaan ini, konsumen memilih untuk menggunakan produk dari Perusahaan PT. Daya Desa Asasta.

Selain itu terdapat banyak sekali tempat kuliner yang menggunakan produk daging dan ikan, hal ini menjadikan pasar dari PT. Daya Desa Asasta ini menjadi lebih besar dengan keunggulan sertifikasi produk halal dari pada produsen lain yang belum memiliki sertifikasi halal. Dalam hal ini, PT Daya Desa Asasta menggabungkan antara jaminan konsumen melalui sertifikasi halal dan pemasaran secara digital (digital marketing). Hal ini meningkatkan efektivitas pemasaran pada Perusahaan tersebut hingga adanya kenaikan pendapatan hingga 71% (Hasanah et al., 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Sumadi (2016) tentang “Peranan Kepercayaan Kepada Penjual Dan Label halal Terhadap Minat Beli Daging Halal” memaparkan bahwa label halal pada produk, outlet, toko, dan kios penjual merupakan informasi penting bagi konsumen untuk meyakini bahwa daging yang dijualnya halal. Individu, institusi atau jaringan penyedia daging halal harus menjaga integritas karena mereka disikapi dan telah dipercaya sebagai penyedia dan pengadaan daging halal. Oleh sebab itu penjual daging sangat memiliki kepentingan dan perlu untuk memiliki sertifikat atau label halal yang diperoleh dari Lembaga otoritas dibidang sertifikat halal (Sumadi, 2016).

Seharusnya, semua produk daging yang dijual di pasar, terutama di pasar tradisional seperti Pasar Palapa, memiliki sertifikasi halal yang jelas dan dapat diverifikasi. Ini penting untuk membangun kepercayaan konsumen dan memastikan bahwa produk yang dikonsumsi sesuai dengan syariat Islam. Selain itu, sertifikasi halal dapat meningkatkan daya saing produk daging di pasar lokal dan membuka peluang ekspor ke negara-negara dengan populasi Muslim besar. Pemerintah dan lembaga terkait harus mendukung pedagang dengan menyediakan informasi dan akses mudah terhadap proses sertifikasi halal.

Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, saat ini daging bisa dijumpai diberbagai daerah di Indonesia. Hal ini menandakan bahwa tingginya tingkat konsumsi masyarakat terhadap daging baik ayam, sapi dan kerbau membuat pelaku usaha daging harus tanggap terhadap regulasi halal yang ada. Begitu juga di Pasar Palapa, Brayan. Penjual ayam potong sangat mudah ditemui diberbagai tempat selain ditempat penjualan daging yang sudah ditentukan khusus oleh PD. Pasar Palapa. Sementara penjual daging sapi atau kerbau masih menempati tempat khusus yang disediakan PD. Pasar Palapa.

Produsen usaha ayam potong di pasar Palapa Brayan UD Sahabat, merupakan salah satu pelaku usaha ayam potong terbesar di pasar palapa dan sekitarnya sudah memiliki sertifikat produk halal melalui Lembaga Penjamin Produk Obat dan Makanan Majelis Ulama Indonesia – LPPOM MUI. Dengan adanya sertifikat halal ini, penjualan yang dimiliki UD Sahabat naik sekitar 50% dari tahun 2020 – 2021 sementara dari tahun 2021-2024 mengalami kenaikan hingga 70% setelah adanya berbagai sosialisasi yang dilakukan pemerintah terhadap kewajiban

produk halal hingga Oktober 2024. Pasar palapa merupakan salah satu pasar tradisional yang terbesar dan tertua di Kota Medan. Terdapat sekitar 3 pelaku usaha ayam potong yang besar di pasar ini.

Tujuan dari mini riset ini adalah untuk mengetahui bagaimana sertifikat halal mempengaruhi daya jual daging di kalangan pedagang Pasar Palapa, Brayan serta memberikan wawasan dan rekomendasi bagi pedagang dan pembuat kebijakan berdasarkan temuan dari pasar ini. Hingga pada akhirnya seluruh pemilik usaha ayam potong di pasar palapa memiliki sertifikat produk halal. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus spesifiknya pada implikasi sertifikasi halal terhadap penjualan daging di pasar lokal (pasar palapa, Brayan). Dengan berkonsentrasi pada pasar ini menggunakan pendekatan studi kasus, diharapkan mini riset ini memberikan wawasan terperinci tentang bagaimana sertifikasi halal mempengaruhi penjualan penjual daging dan perilaku konsumen disekitar pasar palapa. Perspektif yang bersifat lokal dan praktis ini dapat menawarkan pengetahuan baru yang dapat ditindaklanjuti oleh berbagai pihak. Baik dari sisi pedagang, praktisi, akademisi, konsumen hingga pembuat kebijakan dan lembaga sertifikasi halal.

Selain adanya beberapa produsen ayam potong di pasar palapa, terdapat juga banyak penjual ayam potong eceran yang beredar bebas di wilayah tersebut. Dimana penjual ayam potong eceran ini tidak semuanya mengambil ayam dari produsen ayam potong yang ada di pasar palap. Beberapa diantara penjual ayam potong ini mengambil dari produsen yang terdekat dengan tempat tinggal mereka dan belum memiliki sertifikat halal untuk ayam potong yang akan dijual tersebut. Penjual ayam potong eceran ini lebih banyak dari pada produsen nya. Hal ini menjadi fokus penulis untuk mengedukasi pemilik usaha ayam potong ini agar memiliki sertifikat halal terhadap produk yang dijual. Hingga akhirnya semua ayam potong yang beredar di psar palapa memiliki sertifikasi halal. Mengingat kewajiban sertifikat halal ini sudah tertuang jelas dalam Undang-undang jaminan produk halal no. 33 tahun 2014 pasal 4 Produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.

Peningkatan kesadaran konsumen akan pentingnya produk halal telah mendorong permintaan akan daging bersertifikasi halal. Studi kasus yang dilakukan terhadap beberapa pedagang daging di Pasar Palapa menunjukkan bahwa konsumen lebih memilih produk yang bersertifikasi halal. Hal ini diperkuat dengan data dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), yang menunjukkan peningkatan permintaan sertifikasi halal di sektor makanan. Pedagang yang telah memiliki sertifikasi halal melaporkan peningkatan penjualan dan kepercayaan konsumen. Namun, masih terdapat tantangan dalam proses sertifikasi, termasuk biaya, kurangnya informasi, dan kompleksitas regulasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi implikasi sertifikasi halal terhadap daya jual daging, dengan fokus pada pengalaman pedagang daging di Pasar Palapa. Tujuan khusus penelitian ini adalah:

1. Menilai dampak sertifikasi halal terhadap penjualan dan kepercayaan konsumen.
2. Mengidentifikasi tantangan yang dihadapi pedagang dalam mendapatkan sertifikasi halal.
3. Mengusulkan solusi untuk mengatasi hambatan dalam proses sertifikasi halal.

Melalui pendekatan yang langsung ke lapangan dengan melakukan studi kasus di Pasar Palapa. Penelitian ini memberikan wawasan empiris mengenai dampak sertifikasi halal terhadap daya jual daging dari perspektif pedagang dan konsumen. Melalui analisis data kualitatif yang diperoleh dari wawancara dengan pedagang daging dan observasi di pasar, penelitian ini menawarkan rekomendasi praktis untuk meningkatkan implementasi sertifikasi halal dan memaksimalkan manfaat ekonomi dari produk halal. Penelitian ini diharapkan dapat

memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami pentingnya sertifikasi halal dan bagaimana dukungan pemerintah dalam pengembangan industri halal, khususnya dalam sektor daging, untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan yang ada.

METODE

Penelitian ini dilakukan di pasar palapa, Medan Barat, Medan, Sumatera Utara. Objek yang diamati adalah kegiatan dan kondisi lingkungan pelaku usaha daging. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan kombinasi teknik pengumpulan data termasuk observasi, wawancara mendalam dengan pelaku usaha dan konsumen daging, serta mengumpulkan dokumen-dokumen pendukung yang diperlukan dan berhubungan dengan penelitian.

Sumber data yang digunakan merupakan data primer dan sekunder, teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan metode observasi yaitu melihat dan mengamati objek secara langsung di tempat penelitian. Kemudian metode wawancara ini dilakukan dengan cara komunikasi langsung kepada pihak terkait yakni pemilik usaha dan karyawan untuk memperoleh keterangan yang sesuai dengan kebutuhan penelitian dan metode dokumentasi. Sedangkan data sekunder diambil melalui studi literatur yang mendukung gagasan dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa sertifikasi halal memiliki dampak signifikan terhadap daya jual daging di Pasar Palapa, Brayan, dengan peningkatan kepercayaan konsumen diiringi dengan peningkatan penjualan yang signifikan setelah pedagang memperoleh sertifikasi halal. Hal ini disampaikan juga oleh Hani Tahliani dan Rizal Rinaldi bahwa sertifikasi halal, selain sangat penting bagi mayoritas penduduk beragama Islam, juga dapat meningkatkan kepercayaan dari konsumen (Tahliani & Renaldi, 2023).

Hasil wawancara dengan pedagang menunjukkan bahwa setelah memperoleh sertifikasi halal, mereka mengalami peningkatan kepercayaan dari konsumen. Seorang pedagang menyatakan, "Setelah mendapatkan sertifikasi halal, banyak konsumen yang merasa lebih aman dan percaya membeli daging di tempat saya." Ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal berfungsi sebagai jaminan kualitas dan kepatuhan terhadap standar keagamaan, yang sangat dihargai oleh konsumen Muslim. Karena dengan memiliki sertifikat halal berarti produk tersebut baik digunakan dari segi Kesehatan karena kandungannya yang aman dari zat-zat yang merugikan tubuh, bersih dan berkualitas bagus (Hamka et al., 2023).

1. Peningkatan Penjual & Konsumen

Data Kementerian Keuangan Republik Indonesia menunjukkan bahwa total spending yang dihabiskan Indonesia untuk belanja produk halal sebesar USD 218,8 miliar pada tahun 2017 dan diproyeksikan akan terus meningkat, sejalan dengan populasi penduduk muslim Indonesia 87,2% dari total populasi di Indonesia (world population review 2020) (Fathoni, 2020) Selain itu, 80% responden lebih memilih membeli daging dari penjual yang memiliki sertifikasi halal. Hal ini sejalan dengan studi yang dilakukan sebelumnya menemukan bahwa ayam yang disembelih dengan cara tidak halal dapat mengandung jumlah bakteri yang lebih tinggi yang membuat umur simpan lebih pendek (Hakim et al., 2020).

Hal ini disebabkan karena penyembelihan secara halal menyebabkan darah yang keluar lebih banyak daripada metode non-halal, sementara jumlah bakteri yang lebih tinggi sebagian besar disebabkan karena banyak darah yang tertahan di otot (Nakyinsige et al., 2014)(Kholis et al., 2022). Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya menarik konsumen Muslim tetapi juga

memastikan sistem keamanan pangan dalam proses pengolahan produk hasil ungags sehingga dapat dihasilkan produk yang aman, sehat, utuh dan halal.

Kepala BPJPH, Muhammad Aqil Irham mengatakan bahwa program akselerasi sertifikasi halal BPJPH tahun 2023 melampaui target penerbitan sertifikat halal sebanyak 110,91% dari target, dengan jummla 1.118.490 sertifikat halal diterbitkan. Data ini mendukung hasil wawancara yang menunjukkan adanya kesadaran yang meningkat di kalangan pedagang tentang pentingnya sertifikasi halal untuk meningkatkan daya jual dan kepercayaan konsumen. Data penjualan daging di beberapa kios meningkat hingga 20%. Ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal secara langsung berdampak positif terhadap performa penjualan pedagang.

2. Tantangan dan Peran Pemerintah

Penelitian ini mengidentifikasi beberapa tantangan yang dihadapi pedagang dalam memperoleh sertifikasi halal. Biaya sertifikasi dan proses yang kompleks sering kali menjadi hambatan utama. Pedagang kecil, khususnya, mengeluhkan kurangnya dukungan finansial dan informasi yang memadai. "Prosesnya panjang dan biayanya tidak sedikit," keluh seorang pedagang. Hal ini menunjukkan perlunya intervensi dari pemerintah dan lembaga terkait untuk memfasilitasi proses sertifikasi halal, terutama bagi pelaku usaha daging. Hal ini sejalan dengan temuan Maulidiyah Isnaini Nuraliyah, Elfira Maya Adiba dan Faizal Amir bahwa ada pengaruh antara biaya sertifikasi serta keputusan UMKM agar melaksanakan sertifikasi halal (Nuraliyah et al., 2023).

Selaras juga dengan laporan Agus Susetyohadi, Mufti Alam Adha, Afrilia Dwi Utam dan Dwi Esti Sekar rini dalam penelitiannya bahwa biaya pembuatan sertifikasi halal mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap pembuatan sertifikasi halal (Nuraliyah et al., 2023). Penelitian ini menemukan bahwa kompleksitas regulasi dan biaya tinggi merupakan masalah umum yang dihadapi oleh pelaku industry kecil dan menengah dalam mendapatkan sertifikasi halal khususnya pelaku usaha daging dan ayam potong.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki implikasi yang signifikan terhadap daya jual daging di Pasar Palapa. Sertifikasi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan dan preferensi konsumen tetapi juga membantu pedagang memperluas pasar mereka. Namun, untuk memaksimalkan manfaat ini, diperlukan kebijakan yang mendukung dan program yang memudahkan pedagang dalam proses sertifikasi. Dengan demikian, sertifikasi halal dapat menjadi alat strategis dalam meningkatkan daya saing produk daging di pasar yang semakin kompetitif. Sejauh ini Secara yuridis, Indonesia telah mengatur persoalan label halal melalui peraturan perundang-undangan (Farcha Kamila, 2021).

Undang-undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Undang Undang Nomor 33 Tahun 2014, n.d.) diperkuat oleh Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja yang mengatur berbagai kemudahan berusaha, termasuk dalam sektor halal (UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 11 TAHUN 2020, n.d.) Undang-undang No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan dan Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Kemudian diikuti dengan peraturan-peraturan di bawahnya yakni Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2021 Tentang Penetapan Barang Yang Wajib Menggunakan Atau Melengkapi Label Berbahasa Indonesia, Keputusan Menteri Agama No. 518 Tahun 2001 tentang Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal (*PERMENDAG NOMOR 25 TAHUN 2021*,).

Namun menurut pelaku usaha peraturan ini masih sebatas peraturan, pelaksanaan yang diharapkan pemerintah belum terlaksana sepenuhnya ke berbagai pasar tradisional. Diharapkan

adanya penerapan yang maksimal dari pemerintah dalam pelaksanaan peraturan yang ada agar seluruh masyarakat bisa merasakan hasil dari peraturan yang telah diputuskan ini.

KESIMPULAN

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki dampak signifikan terhadap daya jual daging di Pasar Palapa, Brayan. Sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama konsumen Muslim, yang lebih cenderung membeli produk dari penjual yang memiliki sertifikasi ini. Hal ini diperkuat oleh data survei yang menunjukkan bahwa 80% responden lebih memilih produk bersertifikasi halal. Selain itu, data dari BPJPH menunjukkan peningkatan penjualan hingga 20% setelah pedagang memperoleh sertifikasi halal. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan tantangan dalam proses sertifikasi, seperti biaya tinggi dan proses yang kompleks, yang menjadi hambatan bagi pedagang kecil.
2. Untuk memaksimalkan manfaat sertifikasi halal, diperlukan dukungan pemerintah dan kebijakan yang memfasilitasi proses sertifikasi, seperti subsidi biaya dan penyederhanaan proses administrasi. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya penting untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan daya saing produk daging, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di sektor makanan halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Farcha Kamila, E. (2021). PERAN INDUSTRI HALAL DALAM MENGDONGKRAK PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA DI ERA NEW NORMAL. *Jurnal Likud*, 1(01), 33–42. <https://doi.org/10.15575/likuid.v1i1.12731>
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Hakim, L. I., Nur, N. M., Tahir, S. M., & Ibitoye, E. B. (2020). Effect of halal and non-halal slaughtering methods on bacterial contamination of poultry meat. *Sains Malaysiana*, 49(8), 1947–1950. <https://doi.org/10.17576/jsm-2020-4908-16>
- Hamka, Siradjuddin, Ahmad efendi, & Asriadi Arifin. (2023). Edukasi dan Promosi Produk Halal (Kajian Literatur). *Journal of Islamic Economic and Law*, 1, 27–34. <https://doi.org/10.59966>
- Hasanah, E. N., Sekolah, D. G., Ekonomi, T., Bisnis, M., & Bandung, I. (2024). Pengembangan Strategi Pemasaran Syariah Daging dan Ikan Halal melalui Digital Marketing :Studi Kasus Pada PT Daya Desa Asasta. *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(3), 1893–1899. <https://doi.org/1047467>
- Kholis, N., Ahsan, A., Veruswati, M., Rusdijjati, R., Mariz, K., Jacinda, A. R., Yuniar, A. M., Endawansa, A., & Rahim, F. K. (2022). KESIAPAN SERTIFIKASI HALAL PADA TEMPAT DAN RUMAH PEMOTONGAN AYAM. *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal*, 13(02), 230–241. <https://doi.org/10.34305/jikbh.v13i02.533>
- Muamar, A., & Jumena, J. (2020). Standarisasi Halal Majelis Ulama Indonesia dalam penyembelihan Ayam di Desa Kertawinangun Cirebon. *Al-Ahkam Jurnal Ilmu Syariah Dan Hukum*, 5, 59–72.

- Nakyinsige, K., Fatimah, A. B., Aghwan, Z. A., Zulkifli, I., Goh, Y. M., & Sazili, A. Q. (2014). Bleeding efficiency and meat oxidative stability and microbiological quality of New Zealand white rabbits subjected to halal slaughter without stunning and gas stun-killing. *Asian-Australasian Journal of Animal Sciences*, 27(3), 406–413. <https://doi.org/10.5713/ajas.2013.13437>
- Nuraliyah, M. I., Adiba, E. M., & Amir, F. (2023). Keputusan Sertifikasi Halal oleh UMKM di Bangkalan (Apakah Religiusitas dan Biaya Sertifikasi Berpengaruh?). *Jurnal Tadbir Peradaban*, 3(1), 1–9.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2014). *Pemerintah Republik Indonesia UU No. 33 Tahun 2014*.
- PERMENDAG NOMOR 25 TAHUN 2021. (n.d.).
- Purnomo, D., Fauzi, A. M., Syamsu, K., & Tasrif, M. (2012). *POSISI DAYA SAING PRODUK DAN KELEMBAGAAN AGROINDUSTRI HALAL ASEAN*. <https://doi.org/https://doi.org/10.25105/jti.v2i1.7010>
- Riyadi, F. (2023). Peran dan Kompetensi Juru Sembelih Halal (JULEHA) Perspektif Hukum Islam. *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, 6(1), 2023. <https://doi.org/10.21043/tawazun.v4i1>
- Setiawan, Y., Nurhidayati, & Lathifah, A. (2024). Ekosistem Halal Rumah Potong Hewan. *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 10(1), 113–127. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v10i1.2275>
- Sumadi. (2016). PERANAN KEPERCAYAAN KEPADA PENJUAL DAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI DAGING HALAL Sumadi. In *Peranan Kepercayaan Kepada* (Vol. 1, Issue 2).
- Tahliani, H., & Renaldi, R. (2023). *SERTIFIKASI HALAL DAN IMPLIKASINYA UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN* (Vol. 6, Issue 1). <https://stai-binamadani.e-journal.id/Syarie>
- undang undang nomor 33 tahun 2014. (n.d.).
- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 11 TAHUN 2020. (n.d.). Retrieved July 9, 2024, from <https://peraturan.bpk.go.id/Details/149750/uu-no-11-tahun-2020>
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>