

Manipulasi Label Halal Akibat Kendala Sertifikasi Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999

**Anwar Pri Anggara Rustandi ^{*1a}, Rizki Dwi Maulana ^{2b}, Bianza Rocky
Akbar Hernawan ^{3c} Linda Novianti ^{4d}**

¹²³⁴Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Gema Widya Bangsa, Bandung, Indonesia

anggaruatandi@gmail.com rizkidwimaulana986@gmail.com

bianzamitsuki@gmail.com lindanovianti979@gmail.com

Abstrak: Penelitian yang peneliti bahas adalah maraknya praktik manipulasi label halal pada produk makanan dan minuman di Indonesia. Bentuk manipulasi tersebut antara lain penggunaan label halal palsu, pencantuman logo halal tanpa sertifikasi resmi, serta peredaran produk yang belum melalui proses pemeriksaan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan belum memiliki izin edar. Kondisi tersebut menimbulkan keresahan di tengah masyarakat, berpotensi menyesatkan konsumen Muslim, serta merupakan perbuatan yang bertentangan dengan ketentuan hukum yang berlaku. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk penyalahgunaan dan manipulasi label halal, serta menganalisis dampak praktik tersebut terhadap konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui studi kepustakaan. Data penelitian diperoleh dari jurnal ilmiah, artikel lembaga resmi, laporan kasus, serta peraturan perundang-undangan yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik manipulasi label halal umum nya terjadi akibat rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap regulasi halal, lemahnya pengawasan, serta adanya orientasi pada kepentingan ekonomi semata. Dampak dari praktik tersebut antara lain menurunnya tingkat kepercayaan dan rasa aman masyarakat, serta terjadinya pelanggaran terhadap Undang-Undang Jaminan Produk Halal dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Kata Kunci: *Label halal, Manipulasi, Sertifikasi Halal, Perlindungan Konsumen*

Pendahuluan

Sertifikasi halal merupakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, khususnya Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang menjalankan proses produksi di Indonesia, mengingat Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2020 jumlah penduduk Muslim di Indonesia mencapai 229 juta jiwa atau setara dengan 87,2% dari jumlah keseluruhan masyarakat Indonesia (*Bpr.Kurniasewon.Co.Id*, n.d.). Dalam perkembangannya, labelisasi atau sertifikasi halal tidak lagi sekedar menjadi kebutuhan konsumen untuk memastikan kehalalan produk yang dikonsumsi atau digunakan. Label halal menjadi pergeseran fungsi sebagai strategi pemasaran produk. Beberapa *brand* menggunakan label halal sebagai suatu tanda dan menekan iklan yang para pelaku usaha buat. Label halal tidak hanya digunakan untuk makanan dan minuman akan tetapi produk-produk lainnya seperti kosmetik wanita, obat-obatan, bahan kimia dan produk elektronik. Belakangan ini label halal menjadi sebuah ajang promosi dan ajang perlombaan global para pelaku usaha menganggap bahwa sesuatu yang halal itu pasti baik (Anggriani et al., 2024).

Beberapa kasus Indonesia digemparkan adanya beberapa produk makanan dan minuman yang melanggar etika dalam berbisnis dan akan berakibat melanggar hukum, seperti adanya label halal yang palsu, tidak tertera izin edar BPOM, dan ditemukan juga manipulasi informasi yang terdapat pada kandungan produk, berdasarkan pengamatan peneliti, praktik tersebut juga banyak ditemukan pada pedagang kecil, seperti pedagang kaki lima, yang tidak melakukan sertifikasi halal karena mereka menganggap bahan baku yang mereka gunakan sudah halal. Alasan tersebut mercerminkan rendahnya pemahaman pelaku usaha mengenai prosedur dan kewajiban sertifikasi halal. Padahal, dengan mayoritas penduduk Muslim yang mencapai 87% pada tahun 2020, kesadaran terhadap pentingnya sertifikasi halal khususnya bagi pelaku UMKM, menjadi faktor strategis dalam menarik kepercayaan konsumen Muslim. Kurangnya kesadaran tersebut berpotensi menimbulkan keresahan dan kekhawatiran di masyarakat, mengingat label halal memiliki peran penting dalam menjamin keamanan dan kehalalan produk (Produk & Mikro, 2025).

Secara global, jumlah penduduk Muslim mencapai 2,049 miliar jiwa, dengan benua Asia sebagai wilayah dengan populasi Muslim terbesar, yaitu sebesar 70,94%. Di kawasan Asia Tenggara, Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar. Bagi masyarakat Muslim, konsumsi makanan dan produk yang telah tersertifikasi halal merupakan kewajiban agama. Menurut pendapat Yunus dkk, dalam proses pemasaran, label halal memiliki peranan yang sangat penting karena konsumen cenderung memberikan perhatian khusus terhadap keberadaan label halal pada produk yang dipasarkan. Selain itu, masyarakat Muslim meyakini bahwa konsumsi produk halal memberikan dampak positif bagi kesehatan dan kesejahteraan tubuh manusia (Djakasaputra et al., 2023).

Idealnya, pelaku usaha memaparkan secara jelas mengenai informasi yang benar, dan jujur atas barang dan jasa yang diperdagangkan, tidak melakukan diskriminasi terhadap konsumen, menjamin kualitas produk, serta memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menilai dan mengevaluasi produk yang ditawarkan. Selain itu, pelaku usaha juga berkewajiban memberikan jaminan atau garansi atas produk yang diperdagangkan serta melaksanakan sertifikasi halal, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk memiliki kesadaran dan pemahaman yang baik mengenai pentingnya kejujuran serta menjunjung tinggi etika dalam kegiatan bisnis.

Berdasarkan pembahasan latar belakang tersebut, terdapat 3 masalah yaitu mencari dan mengkaji bentuk manipulasi label halal yang terjadi di wilayah Indonesia. Kedua, menelaah faktor yang menjadikan para pelaku usaha tidak melakukan sertifikasi halal pada produk yang dijual kepada masyarakat. Ketiga, mengkaji secara pandangan hukum dampak manipulasi label halal terhadap perlindungan dan kepercayaan konsumen. Penelitian ini memiliki 3 tujuan yaitu mengamati bentuk-bentuk manipulasi label halal secara menyeluruh yang dilakukan oleh para pelaku usaha di wilayah Indonesia, mengidentifikasi hal-hal yang menjadi penyebab ketidakpatuhan para pelaku usaha dalam melakukan sertifikasi halal dan surat edar BPOM, serta mengevaluasi dampak yang dirasakan oleh masyarakat akibat peredaran produk dengan label halal yang dimanipulasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*), di mana seluruh data dan informasi diperoleh dari sumber-sumber tertulis yang relevan. Data penelitian bersumber dari jurnal ilmiah, artikel resmi lembaga terkait, laporan mengenai permasalahan label halal, serta peraturan perundang-undangan yang mengatur keamanan dan kehalalan produk. Pengumpulan dan pengkajian data dilakukan secara deskriptif dengan menyeleksi literatur yang kredibel dan merepresentasikan kondisi yang terjadi di lapangan, kemudian dianalisis dalam perspektif hukum untuk menilai kesesuaian kegiatan kewirausahaan produsen dengan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Secara metodologis, penelitian ini menerapkan deskriptif-analitis serta pendekatan yuridis normatif (Novianti, 2024). Sumber data diperoleh melalui penelitian kepustakaan dengan menelaah secara sistematis literatur yang relevan dan otoritatif, meliputi buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta dokumen hukum (Novianti, 2023). Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis secara induktif guna menghasilkan temuan yang sistematis, faktual, dan mendalam sesuai dengan tujuan penelitian (Novianti, 2020).

Literature Review

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persoalan labelisasi dan sertifikasi halal memiliki implikasi serius terhadap perlindungan konsumen Muslim. Fasiha, Abdullah, dan Abdul Kadir (2020) menyoroti praktik pencantuman label halal pada produk makanan yang sebenarnya tidak memenuhi ketentuan kehalalan di Makale, Toraja. Temuan mereka menunjukkan adanya makanan yang tetap diberi label halal meskipun bahan dan proses pengolahannya tidak sesuai syariat, sehingga berpotensi menyesatkan konsumen. Kajian ini menegaskan bahwa manipulasi label halal bukan sekadar isu normatif, melainkan nyata terjadi di masyarakat dan merupakan pelanggaran atas hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar.

Selanjutnya, Nasrudin dan Nursari (2025) menekankan pentingnya sertifikasi halal dalam penguatan industri makanan halal dan perlindungan konsumen Muslim. Sertifikasi halal dipandang mampu memberikan kepastian dan rasa aman bagi konsumen dalam memilih produk. Dengan demikian, manipulasi label halal dapat dipahami sebagai perbuatan yang merugikan konsumen secara hukum karena merusak fungsi utama sertifikasi halal itu sendiri. Pandangan ini diperkuat oleh Ruslin Abdul Gani (2024) yang membahas tanggung jawab pelaku usaha pangan olahan. Ia menegaskan bahwa pelaku usaha tidak hanya berkewajiban memproduksi barang, tetapi juga wajib mencantumkan label halal yang sah, dan pelanggaran terhadap kewajiban tersebut dapat berujung pada sanksi hukum.

Di sisi lain, Maimunah et al. (2025) mengkaji perlindungan hukum bagi konsumen terhadap produk pangan yang tidak mencantumkan label halal. Mereka menunjukkan bahwa ketiadaan label halal menyebabkan ketidakjelasan informasi dan berpotensi merugikan konsumen. Hal ini relevan untuk menunjukkan bahwa baik ketiadaan label halal maupun manipulasi label sama-sama merugikan konsumen. Masri et al. (2025) menambahkan bahwa sistem jaminan produk halal merupakan instrumen penting dalam memberikan kepastian hukum dan menjaga kepercayaan

konsumen Muslim. Oleh karena itu, manipulasi label halal berpotensi melemahkan sistem jaminan produk halal yang telah dibangun. Sementara itu, Sakti, Ramadhani, dan Wahyuningsih (2015) menyoroti peredaran makanan tanpa sertifikat halal sebagai bentuk kurangnya pengawasan, yang dapat digunakan sebagai pembanding untuk menegaskan bahwa manipulasi label halal merupakan pelanggaran yang lebih kompleks dan serius dibandingkan sekadar tidak adanya sertifikat halal.

Novelty Penelitian

Berdasarkan *literature review* dari beberapa penelitian terdahulu dapat diperoleh novelty penelitian diantaranya Sanksi yang berhasil tidak hanya sanksi yang tertera didalam undang-undang saja atau orang yang sudah dikenakan sanksi. Penelitian yang dilakukan ingin mengamati efek jera terhadap pelaku usaha yang curang dan mementingkan kepentingan dan kepuasan diri sendiri. Jadi sanksi dikatakan berhasil apabila pelaku usaha mengakui kesalahannya dan merasa benar-benar kapok atas perbuatan yang dilakukannya, hal tersebut dapat menurunkan angka manipulasi label halal. Sebaliknya, kalau sanksi sudah ditetapkan kepada pelaku usaha yang melanggar tetapi dia melakukan manipulasi kembali berarti sanksinya gagal.

Pencantuman label halal palsu pada jajanan anak yang mengandung unsur babi yang terjadi di Indonesia. Dalam kasus tersebut, dari sembilan produk yang diperiksa, tujuh produk telah memiliki sertifikasi halal resmi, sedangkan dua produk lainnya terbukti mengklaim halal secara tidak sah tanpa sertifikasi. Produk yang bermasalah antara lain seperti *Corniche Flufft Jelly Marshmallow* dan *ChompChomp Mallow*, banyak sekali dikonsumsi anak-anak sekolah dasar dan dijual di pasar tradisional. Praktik tersebut merupakan pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan terkena pidana penjara paling lama lima tahun dan denda Rp2.000.000.000,00 (Nayyiroh & Kamal, 2025).

Namun hukuman tersebut belum sepenuhnya efektif karena terdapat beberapa hambatan diantaranya, kurangnya interaksi, komunikasi dan koordinasi antara lembaga pengawas, terbatasnya sumber daya manusia, kurangnya anggaran dan lain sebagainya, sehingga masih maraknya praktik manipulasi label halal yang dilakukan perusahaan besar karena penghasilan perusahaan besar dapat membayar denda pidana tersebut sehingga tidak menimbulkan efek jera terdapat perusahaan besar tersebut. Perusahaan besar akan lebih aktif untuk meraih keuntungan dan kepuasan diri sendiri tanpa melihat dampak yang masyarakat rasakan, dapat disimpulkan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen belum sepenuhnya berhasil dan memberikan efek jera terhadap para pelaku usaha.

Hasil dan Pembahasan

1. Bentuk Manipulasi Label Halal

Labelisasi adalah suatu proses memberikan jaminan terhadap konsumen Muslim bahwa produk tersebut sudah melewati tahapan dalam proses produksi dan pemasaran yang sudah sesuai dengan prinsip-prinsip kehalalan dalam Islam. Namun, adanya tantangan muncul ketika produk yang dipasarkan bukan hanya produk dalam negeri tetapi juga di luar negeri, produk luar negeri bisa saja memiliki

standar dan tahapan sertifikasi yang berbeda. Hal tersebut membuat konsumen menjadi bimbang dalam membeli produk yang dapat dipercaya dan sesuai dengan keinginan konsumen. Oleh karena itu, perlu ditekankan informasi yang akurat dan jelas mengenai status halal dan non halal dalam produk untuk melindungi hak konsumen (Usmi et al., 2024). Sertifikasi label yaitu penggunaan label halal yang diterapkan kepada suatu produk khususnya makanan, bertujuan untuk membedakan mana produk halal dan mana yang bukan. Lebih ringkasnya adalah penempelan atau pencantuman tulisan halal yang terdapat pada kemasan produk menunjukkan bahwa produk tersebut sudah berstatus halal dan aman dikonsumsi bagi masyarakat muslim

Salah satu bentuk manipulasi label halal yang melanggar aturan terdapat pada salah satu Perusahaan di Indonesia yang terdeteksi adanya kandungan babi didalam sembilan jajanan anak, dari sembilan jajanan anak tersebut terdapat tujuh jajanan anak terbukti adanya kandungan babi pada bulan April tahun 2025 yaitu *marshmallow* impor dari beberapa merek seperti *corniche*, *chompchomp*, *larbee*, dan *sweetme*. Produk jajanan anak tersebut lolos dalam proses pemeriksaan diawal, tetapi rahasia dapur Perusahaan tersebut melanggar. Masalah tersebut dapat menghilangkan kepercayaan masyarakat. Sebagaimana bentuk manipulasi label halal dijelaskan dalam point berikut:

1.1 Pengujian Kekuatan Sanksi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999

Undang-undang Perlindungan Konsumen ini efek jeranya sangat tinggi dikarenakan sanksi pidana (penjara dan denda miliaran). Tapi sanksi ini juga memiliki kelemahan sehingga bisa disebut lumpuh, karena terdapat fakta bahwa yang berhasil sampai ke keputusan pengadilan itu hanya 12%. Artinya 88% kasus berat itu putus ditengah jalan. Penyebab gagalnya saksi tersebut adalah sistemnya yang salah bukan undang-undangnya. Hambatannya adalah pembuktian yang sulit, tes lab forensik yang membutuhkan biaya cukup mahal (Rp 5-7 juta) dan prosesnya lama (2-3 minggu). Prosesnya sangat ribet sehingga penyidik malas untuk melanjutkannya dan pada akhirnya kasus didamaikan atau hanya diberi sanksi ringan, hal ini membuat efek ketiadaan efek jera. Kesimpulan dari undang-undang tersebut adalah menunjukkan bahwa sanksi dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen kurang memberikan efek jera kepada pelaku usaha, dikarenakan ada beberapa yang menghambat jalannya proses hukum.

2. Faktor Penghambat Sertifikasi Halal pada Pelaku Usaha

Pentingnya sertifikasi halal bagi UMKM yaitu meningkatkan kepercayaan konsumen dan dapat memasuki pasar global dimana sertifikasi halal ini digunakan untuk memenuhi standar kehalalan terhadap produk UMKM, selain itu kehalalan dalam produk dapat membuka peluang untuk saling ekspor dan impor ke negara-negara yang dimana mengharuskan produk halal, seperti Malaysia, Arab Saudi, dan beberapa negara di Eropa. Sertifikasi halal juga meningkatkan kualitas dan ketaatan terhadap regulasi. Banyaknya pelaku UMKM yang mengalami hambatan internal maupun eksternal dalam sertifikasi halal ini diantarnya tidak meratanya penyampaian informasi yang dipaparkan oleh pemerintah kepada UMKM sehingga dapat menimbulkan kurangnya tingkat pengetahuan mengenai prosedur, manfaat dan kewajiban sertifikasi halal dalam produk yang mereka pasarkan, para pelaku UMKM

juga beranggapan bahwa dalam proses sertifikasi halal memerlukan biaya yang cukup mahal meskipun program subsidi sertifikasi halal gratis telah diluncurkan oleh pemerintah namun banyak pelaku UMKM yang belum mengetahuinya karena tidak meratanya informasi (Jafar & Aisyah, 2022).

Menurut data LPPOM Faktor yang membuat para pelaku usaha tidak melakukan sertifikasi halal pada produk yang mereka jual diantaranya, kurangnya edukasi kepada para pelaku usaha mengenai pentingnya sertifikasi halal, banyaknya pengajuan permohonan sehingga terhambatnya proses administrasi yang belum diproses, kekurangan tenaga kerja auditor halal, adanya biaya dalam proses sertifikasi sehingga dianggap menjadi beban bagi pelaku usaha, dan belum optimalnya peranan *stakeholder* dalam proses sertifikasi label halal (Khairawati et al., 2024).

Hambatan lainnya yang peneliti temukan sesudah dan sebelum adanya BPJPH adalah para pelaku usaha kurang setuju dengan adanya daftar online untuk proses pengajuan sertifikasi halal karena pelaku usaha kecil banyak yang tidak memiliki *handphone*, proses sertifikasi halal memakan waktu cukup lama kurang lebih tujuh bulan di BPJPH, tidak ada keterangan secara jelas oleh BPJPH mengenai persyaratan dan berkas apa saja yang harus dilengkapi, dan pelaku usaha harus memiliki NIB yang baru dan sudah terintegrasi kerena digunakan dalam proses masuk ke BPJPH (Maryam, 2022).

3. Dampak Manipulasi Label Halal Terhadap Konsumen

Meski label halal diyakini meningkatkan reputasi perusahaan, memperluas cakupan dan tempat pemasaran, serta kesetiaan dan kepercayaan konsumen, pada kenyataan di lapangan masih banyak para pelaku usaha yang belum mencantumkan label halal pada produk yang mereka pasarkan. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya penelitian yang tervalidasi menyatakan 16,6% produk pangan olahan yang dihasilkan oleh UMKM di wilayah Bangkalan terdapat UMKM yang mencantumkan label halal sebelum melakukan sertifikasi halal pada produknya, dengan alasan bahwa bahan baku yang mereka gunakan untuk proses produksi berasal dari bahan yang halal. Persepsi tersebut membuat maraknya distribusi produk yang belum tersertifikasi secara resmi. Sangat disayangkan kesadaran masyarakat sangat rendah akan pentingnya sertifikasi halal, dan dampak hukum mengenai manipulasi label halal. Labelisasi menjadi hal yang sangat penting dan wajib diketahui oleh seluru konsumen dalam membeli suatu produk, memiliki sertifikasi halal akan membuat konsumen yakin dan percaya akan produk yang dijual terutama pada produk olahan pangan (Harmen et al., 2024).

Walaupun di Indonesia mayoritas konsumen beragama Muslim, tetapi perilakunya belum memiliki kesadaran penuh ketika mengonsumsi makanan halal, fenomena ini bisa dilihat ketika konsumen mengonsumsi makanan dan minuman tanpa mengamati kehalalan produk. Hal ini disebabkan konsumen tidak memperhatikan label halal pada kemasan produk yang berada di pasar. Selain itu, konsumen ketika membeli suatu produk lebih memilih rasa, dan ketertarikan terhadap suatu produk, hal tersebut dapat mempengaruhi sifat konsumen ketika membeli suatu produk, konsumen lebih memilih apa yang mereka suka dibandingkan melihat halal tidaknya suatu produk (Anggraini, 2024).

GERECHTIKEIT JOURNAL

Vol 01, No. 02, 2025, pp. 152-159

<https://journal.inacexter.com/index.php/gerechtikeit>
©International Academic Research Center

Teori kepercayaan menurut (Hunt, 1994) kepercayaan yaitu keyakinan konsumen terhadap pihak yang akan melakukan suatu tindakan yang akan sesuai dengan ekspektasi konsumen dan tidak akan merugikan. Dampak dari manipulasi label halal adalah hilangnya rasa kepercayaan konsumen khususnya masyarakat Muslim mereka merasa dikhianati, konsumen akan merasakan keraguan ketika membeli suatu produk, menghilangkan rasa minat beli, dan konsumen akan mengalami kesulitan ketika membedakan produk halal dan tidak (Syahira Rachmadina et al., 2025).

Kesimpulan

Bentuk Manipulasi Label Halal adalah suatu penyalahgunaan sertifikasi halal yang dilakukan oleh para pelaku usaha yang hanya mempertingkan kepentingan dan kepuasan diri sendiri. Sejumlah besar warga negara Indonesia tidak melakukan sertifikasi halal dikarenakan terdapat beberapa hambatan yaitu faktor biaya, kerumitan prosedur, dan rendahnya pengetahuan dan kesadaran hukum tentang pentingnya sertifikasi halal. Dalam malpraktik manipulasi label halal menyebabkan kerugian diantaranya dampak fisik, kerugian material dan non-material serta hilangnya rasa kepercayaan dan munculnya rasa trauma terhadap konsumen.

Referensi

- Anggraini, D. S. (2024). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan (Studi Kasus Mahasiswa FEBI Uin Sts Jambi). *Journal of Islamic Economy*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.62872/yzg70b96>
- Anggriani, R., Utama, D., Warkoyo, W., Wahyudi, V. A., Hafid, I., Maulana, A. A., Fitriana, N., & Nafis, D. (2024). Halal Certification Awareness Perceptions in Indonesian Food SMEs: An Investigation on Understanding, Knowledge, Impact, and Regulations. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 6869, 162–172. <https://doi.org/10.23917/jiti.v23i1.4461>
- bpr.kurniasewon.co.id. (n.d.). <https://bpr.kurniasewon.co.id/potensi-pasar-muslim-indonesia/>
- Djakasaputra, A., Juliana, Aditi, B., Fachrurazi, & Mas'ad, M. A. (2023). The Influence of Halal Certification, Halal Awareness, and Brand Image on Interest in Buying Halal Food Products: An Empirical Study of Consumers in Indonesia. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 7(2), 103–115. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v7i2.2003>
- Harmen, H., Indriani, R., Alfahmi, F., Sebastian, A., & Kristin, O. V. (2024). Analisis Dampak Sertifikasi Labelisasi Halal Terhadap Perkembangan Umkm Di Bangkalan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(3), 1516–1528. <https://www.doi.org/10.30651/jms.v9i3.22814>
- Jafar, M., & Aisyah, D. (2022). *Muslim Jafar 1 , Devy Aisyah 2 , Amrina 3*. 2338(May), 13–34.
- Khairawati, S., Murtiyani, S., Wijiharta, W., Yusanto, I., & Murtadlo, M. B. (2024).

GERECHTIKEIT JOURNAL

Vol 01, No. 02, 2025, pp. 152-159

<https://journal.inacexter.com/index.php/gerechtikeit>
©International Academic Research Center

Kendala Sertifikasi Halal Pada UMKM di Indoneisa. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 5(02), 242–256.
<https://www.journal.cattleyadf.org/index.php/Jasmien/article/view/1018>

Maryam, P. D. S. S. (2022). Analisis Faktor Penghambat dalam Pengajuan Sertifikasi Halal (Studi Kasus pada UMKM di Kota Yogyakarta dan Semarang). *Tesis*.

Nayyiroh, N. A., & Kamal, U. (2025). *Perlindungan Konsumen Terhadap Pencantuman Label Halal Palsu pada Produk Jajanan Anak yang Mengandung Unsur Babi di Indonesia*. 1331–1350.

Novianti, L. (2020). Prinsip Islam dalam melindungi hak minoritas. *Liya: Jurnal Hukum dan Kemanusiaan*, 14(2), 228–241.

Novianti, L. (2023). Pidana mati terhadap tindak pidana terorisme di Indonesia dihubungkan dengan tujuan pemidanaan dalam perspektif hukum positif dan hukum pidana Islam. *JSIM: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 4(1), 50–70.

Novianti, L. (2024). Green constitution dalam mendorong green economy sebagai pembangunan inklusif berkelanjutan. *Gunung Djati Conference Series*, 42, 1–10.

Produk, K., & Mikro, U. (2025). *Nomos : Jurnal Penelitian Ilmu Hukum Pencantuman Label Halal Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Terhadap*. 5(1), 173–183.

Syahira Rachmadina, Halimah Zahrah, Fidelairna Daniswara, & Umu Mahmudah. (2025). Dampak Label Halal Palsu Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Reputasi Bisnis Lokal. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(4), 4183–4191.
<https://doi.org/10.62710/dst3zr21>

Usmi, V., Nagara, S. H., Majestica, A., Sukmawati, S., & Lestarika, D. P. (2024). Hak atas Informasi bagi Konsumen terhadap Labelisasi Halal dan Non Halal pada Industri Kuliner. *Indonesian Journal of Law and Justice*, 2(1), 9.
<https://doi.org/10.47134/ijlj.v2i1.3173>