

PELABELAN HALAL SEBAGAI INSTRUMEN KEBIJAKAN PUBLIK DALAM MASYARAKAT PLURAL: PERSPEKTIF TATA KELOLA, PELINDUNGAN KONSUMEN, DAN NONDISKRIMINASI

¹Subhakti Eko Wicaksono; ²Hidayatus Shibyan; ^{*3}Eko Ramadhan

^{1,3}Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi DKI Jakarta

²Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang

email: subhaktiekowicaksono@jakarta.go.id, shibyant@yahoo.co.id, ekoramadhan@jakarta.go.id

ABSTRAK

Pelabelan halal merupakan salah satu bentuk kebijakan publik yang berfungsi sebagai instrumen regulasi sekaligus sarana penyampaian informasi kepada konsumen. Dalam masyarakat plural, kebijakan ini sering memunculkan perdebatan mengenai perlindungan konsumen, inklusivitas sosial, dan potensi diskriminasi terhadap kelompok tertentu. Penelitian ini bertujuan menganalisis pelabelan halal dalam perspektif kebijakan publik dengan menelaah implikasinya terhadap perlindungan konsumen, tata kelola pemerintahan, perilaku pasar, dan prinsip nondiskriminasi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur dan analisis kebijakan terhadap peraturan perundang-undangan, dokumen kebijakan, dan publikasi ilmiah yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelabelan halal berperan sebagai instrumen kebijakan yang mengurangi asimetri informasi, meningkatkan transparansi pasar, memperkuat kepastian hukum, serta berkontribusi terhadap penciptaan public value melalui peningkatan kepercayaan publik. Namun, implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan, seperti beban administratif bagi UMKM, keterbatasan kapasitas kelembagaan, dan potensi resistensi sosial apabila tidak dilaksanakan secara inklusif. Kebaruan penelitian ini terletak pada penempatan pelabelan halal sebagai instrumen kebijakan multidimensional yang mengintegrasikan aspek keagamaan, ekonomi, dan tata kelola pemerintahan dalam masyarakat plural. Penelitian menyimpulkan bahwa pelabelan halal merupakan kebijakan yang legitim sepanjang dilaksanakan berdasarkan prinsip keadilan, inklusivitas, dan nondiskriminasi.

Kata Kunci : pelabelan halal , kebijakan publik, masyarakat plural , UMKM, nondiskriminasi

PENDAHULUAN

Pelabelan halal telah berkembang dari sekadar instrumen keagamaan menjadi bagian dari kebijakan publik yang memiliki dimensi hukum, ekonomi, dan tata kelola pemerintahan. Di Indonesia, kebijakan pelabelan halal memperoleh legitimasi melalui berbagai regulasi yang menempatkannya sebagai instrumen perlindungan konsumen serta sarana penyediaan informasi yang akurat mengenai status kehalalan suatu produk. Dalam konteks tersebut, label halal tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan konsumen muslim, tetapi juga menjadi perangkat regulasi yang bertujuan meningkatkan kepastian hukum, transparansi pasar, dan kepercayaan publik terhadap produk yang beredar di masyarakat (Astiwaru, 2025).

Transformasi konsep halal yang berakar pada norma keagamaan menjadi kebijakan publik yang berlaku secara luas menimbulkan dinamika dan tantangan tersendiri, khususnya dalam masyarakat yang memiliki keragaman agama, budaya, dan preferensi sosial. Sebagai negara yang plural, Indonesia dihadapkan pada kebutuhan untuk menyeimbangkan dua prinsip fundamental yang sama-sama penting, yaitu perlindungan terhadap kebebasan beragama dan penerapan prinsip nondiskriminasi dalam penyelenggaraan kebijakan publik. Dalam konteks

ini, pelabelan halal tidak lagi dapat dipandang hanya sebagai persoalan administratif atau kepatuhan regulasi, melainkan sebagai bagian dari tata kelola kebijakan yang harus mampu mengakomodasi keragaman masyarakat secara adil dan inklusif (Sujibto & M, 2023).

Perdebatan mengenai pelabelan halal muncul karena kebijakan tersebut berada pada titik pertemuan antara nilai-nilai agama, kepentingan ekonomi, dan prinsip-prinsip pemerintahan modern. Di satu sisi, kebijakan ini dipandang sebagai bentuk perlindungan terhadap hak konsumen muslim untuk memperoleh informasi yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan mengenai produk yang dikonsumsi. Di sisi lain, sejumlah pihak menyoroti potensi munculnya hambatan administratif dan ekonomi bagi pelaku usaha, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta kemungkinan berkembangnya persepsi eksklusif sosial atau diskriminasi terhadap kelompok non-muslim. Perdebatan tersebut menunjukkan bahwa kebijakan berbasis nilai agama tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial-politik, relasi mayoritas-minoritas, dan tuntutan terhadap netralitas negara dalam masyarakat demokratis (Muin & Tahir, 2023).

Keberhasilan suatu kebijakan tidak hanya diukur dari kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga dari kemampuannya menciptakan nilai publik (*public value*) bagi masyarakat. Moore (Symes, 1999) menjelaskan bahwa kebijakan publik yang baik harus mampu menghasilkan manfaat yang dirasakan oleh masyarakat melalui peningkatan kepercayaan publik, legitimasi institusi, kualitas pelayanan, serta penyelesaian masalah kolektif. Dalam perspektif tersebut, pelabelan halal tidak hanya dapat dipandang sebagai instrumen pemenuhan norma keagamaan, tetapi juga sebagai kebijakan yang berupaya menciptakan nilai publik melalui penyediaan informasi yang terpercaya, perlindungan konsumen, kepastian hukum, dan peningkatan transparansi pasar. Dengan kata lain, keberadaan pelabelan halal memiliki dimensi administratif yang lebih luas karena berkaitan dengan bagaimana negara membangun kepercayaan masyarakat terhadap sistem regulasi dan tata kelola pasar yang adil. Konsep *public value* menjadi relevan untuk menjelaskan bahwa integrasi nilai-nilai agama ke dalam kebijakan publik dapat memperoleh legitimasi apabila menghasilkan manfaat yang dapat dirasakan secara luas oleh masyarakat tanpa mengabaikan prinsip inklusivitas dan nondiskriminasi.

Pengurangan asimetri informasi dapat dilakukan melalui berbagai mekanisme, seperti pencantuman komposisi bahan baku, informasi gizi, maupun penjelasan mengenai proses produksi. Namun demikian, informasi tersebut sering kali tidak cukup untuk menjawab kebutuhan konsumen muslim karena status kehalalan suatu produk tidak hanya ditentukan oleh bahan yang digunakan, tetapi juga oleh proses pengolahan, penyimpanan, distribusi, dan aspek lain yang memerlukan proses verifikasi khusus. Oleh sebab itu, pelabelan halal berkembang sebagai instrumen kebijakan yang menyediakan informasi yang lebih sederhana, terstandarisasi, dan mudah dipahami oleh konsumen dibandingkan kewajiban bagi setiap individu untuk menafsirkan sendiri seluruh informasi teknis yang terdapat pada produk. Dalam konteks inilah pelabelan halal berfungsi sebagai mekanisme penyederhanaan informasi publik yang bertujuan mengurangi biaya pencarian informasi (*information search cost*) bagi konsumen.

Agama dipahami sebagai salah satu sumber nilai yang dapat memengaruhi arah dan substansi kebijakan negara, tetapi bukan sebagai doktrin yang diterapkan secara normatif tanpa mempertimbangkan kepentingan publik yang lebih luas. Oleh karena itu, negara modern dituntut untuk berperan sebagai penengah yang mampu mengakomodasi kebutuhan keagamaan warga negara sekaligus menjamin prinsip keadilan, kesetaraan, dan penghormatan terhadap hak asasi manusia. Dengan demikian, legitimasi kebijakan yang berlandaskan nilai agama tidak hanya ditentukan oleh dasar hukumnya, tetapi juga oleh kemampuannya memenuhi prinsip proporsionalitas, inklusivitas, dan nondiskriminasi dalam proses perumusan maupun implementasinya.

Meskipun kajian mengenai halal telah berkembang pesat, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek teologis, kepatuhan hukum, perilaku konsumen, atau pengembangan industri halal. Penelitian yang menganalisis pelabelan halal sebagai instrumen kebijakan publik yang dikaitkan dengan isu tata kelola pemerintahan, pluralisme sosial, dan prinsip nondiskriminasi masih relatif terbatas. Padahal, pendekatan kebijakan publik memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap bagaimana suatu kebijakan

dirancang, diimplementasikan, dan menghasilkan konsekuensi sosial dalam masyarakat yang beragam (Sholihah & Arifin, 2025).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelabelan halal sebagai instrumen kebijakan publik dalam masyarakat plural. Secara khusus, penelitian ini mengevaluasi kebijakan pelabelan halal berdasarkan perspektif perlindungan konsumen, tata kelola pemerintahan, serta prinsip inklusivitas dan nondiskriminasi. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih menitikberatkan pada aspek teologis, kepatuhan regulatif, atau perilaku konsumen, studi ini memposisikan pelabelan halal sebagai instrumen penciptaan *public value* melalui perlindungan konsumen, penguatan legitimasi kebijakan, serta tata kelola pemerintahan yang inklusif dalam masyarakat plural. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya diskursus mengenai hubungan antara agama dan kebijakan publik sekaligus memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan kebijakan yang lebih inklusif dalam masyarakat plural. Penelitian ini menggunakan empat dimensi analisis yang saling terintegrasi, yaitu *Policy Instrument Framework*, *Consumer Protection Framework*, *Governance and Non-Discrimination Framework*, dan *Public Value Framework*.

METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain analisis kebijakan publik. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak bertujuan untuk mengukur perilaku konsumen secara kuantitatif, melainkan untuk menganalisis pelabelan halal sebagai instrumen kebijakan publik dalam konteks masyarakat plural. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui analisis terhadap data yang bersifat tekstual dan kontekstual (Creswell, 2009). Data penelitian diperoleh melalui studi literatur terhadap berbagai sumber sekunder yang terdiri atas peraturan perundang-undangan, dokumen kebijakan pemerintah, serta artikel ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Penelusuran literatur dilakukan melalui basis data Google Scholar, Scopus, Dimensions, dan Garuda dengan menggunakan kata kunci *halal labeling*, *halal certification*, *public policy*, *consumer protection*, *public value*, *non-discrimination*, *plural society*, *UMKM*, dan *good governance*, baik dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris.

Literatur yang digunakan dibatasi pada publikasi periode 2019–2025 untuk memperoleh perkembangan kajian yang mutakhir. Kriteria inklusi meliputi artikel yang membahas pelabelan atau sertifikasi halal dari perspektif kebijakan publik, perlindungan konsumen, tata kelola pemerintahan, UMKM, pluralisme, dan nondiskriminasi. Adapun kriteria eksklusi meliputi artikel yang hanya membahas aspek teknis produksi halal, kajian teologis murni tanpa keterkaitan dengan kebijakan publik, serta publikasi yang tidak tersedia dalam bentuk teks lengkap (*full text*). Selanjutnya, literatur yang memenuhi kriteria dianalisis secara tematik melalui proses identifikasi, pengelompokan, dan interpretasi tema yang muncul dari data secara sistematis (Braun & Clarke, 2006). Penelitian ini bersifat normatif-analitis dengan fokus pada analisis regulasi, evaluasi desain kebijakan, analisis tata kelola pemerintahan, dan analisis penerapan prinsip nondiskriminasi dalam kebijakan publik.

2. Kerangka Analisis

Penelitian ini menggunakan empat kerangka analisis yang saling terintegrasi sebagai landasan dalam penyusunan bagian Hasil dan Pembahasan. *Policy Instrument Framework* digunakan untuk menganalisis jenis instrumen kebijakan, baik instrumen regulasi maupun instrumen informasi, peran negara dalam melakukan intervensi terhadap mekanisme pasar, karakteristik sertifikasi yang bersifat wajib, dan legitimasi kebijakan dalam sistem hukum nasional. *Consumer Protection Framework* digunakan untuk mengevaluasi perlindungan terhadap hak konsumen atas informasi, kepastian hukum, pengurangan asimetri informasi antara produsen dan konsumen, serta transparansi pasar.

Governance and Non-Discrimination Framework digunakan untuk menganalisis kapasitas kelembagaan, kompleksitas implementasi kebijakan, dampak kebijakan terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), penerapan prinsip proporsionalitas, serta netralitas negara dalam masyarakat plural. Sementara itu, *Public Value Framework* digunakan untuk menganalisis

legitimasi kebijakan publik, kepercayaan masyarakat terhadap institusi publik, manfaat sosial yang dihasilkan kebijakan, dan kontribusi kebijakan terhadap kepentingan publik yang lebih luas. Keempat kerangka tersebut digunakan secara terintegrasi untuk mengidentifikasi hubungan antara pelabelan halal, perlindungan konsumen, tata kelola pemerintahan, prinsip nondiskriminasi, dan penciptaan nilai publik dalam masyarakat plural.



Gambar 1. Kerangka konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini menempatkan pelabelan halal sebagai instrumen kebijakan publik yang bersumber dari nilai-nilai agama dan kemudian dilembagakan ke dalam sistem regulasi negara. Dalam perspektif administrasi publik, proses tersebut menunjukkan bagaimana nilai keagamaan tidak hanya berfungsi sebagai norma sosial, tetapi juga menjadi salah satu sumber nilai yang memengaruhi perumusan dan implementasi kebijakan publik. Pelabelan halal dipandang sebagai bentuk konkret integrasi nilai agama ke dalam tata kelola pemerintahan yang bertujuan melindungi kepentingan masyarakat sekaligus menjamin kepastian hukum.

Untuk menganalisis fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan empat dimensi analisis yang saling terintegrasi. Dimensi pertama adalah *Policy Instrument Framework*, yang digunakan untuk memahami pelabelan halal sebagai instrumen regulasi dan instrumen informasi publik. Pada dimensi ini, analisis difokuskan pada peran negara dalam mengatasi asimetri informasi, memberikan kepastian hukum, serta membangun legitimasi kebijakan melalui mekanisme sertifikasi dan pelabelan halal. Dimensi kedua adalah *Consumer Protection*

Framework, yang menempatkan pelabelan halal sebagai sarana perlindungan konsumen melalui penyediaan informasi yang akurat, peningkatan transparansi pasar, dan penguatan hak konsumen dalam membuat keputusan berdasarkan informasi yang memadai. Sementara itu, dimensi ketiga adalah *Governance and Non-Discrimination Framework*, yang digunakan untuk mengevaluasi kapasitas kelembagaan, efektivitas implementasi kebijakan, dampaknya terhadap UMKM, serta kesesuaiannya dengan prinsip proporsionalitas, inklusivitas, dan nondiskriminasi dalam masyarakat plural.

Ketiga dimensi tersebut selanjutnya diarahkan untuk menilai sejauh mana kebijakan pelabelan halal mampu menghasilkan *Public Value* sebagaimana dikemukakan oleh Moore (Symes, 1999). Dalam penelitian ini, public value diwujudkan melalui terciptanya kepastian hukum, perlindungan konsumen, transparansi pasar, peningkatan kepercayaan publik terhadap institusi pemerintah, penguatan inklusivitas sosial, serta legitimasi kebijakan di mata masyarakat. Dengan demikian, keberhasilan pelabelan halal tidak hanya diukur dari tingkat kepatuhan terhadap regulasi atau jumlah sertifikasi yang diterbitkan, tetapi juga dari kemampuannya menghasilkan manfaat publik yang dirasakan secara luas oleh masyarakat.

Pada akhirnya, penciptaan public value menjadi dasar untuk menilai apakah integrasi nilai-nilai agama ke dalam kebijakan publik dapat berjalan selaras dengan prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan modern. Apabila kebijakan pelabelan halal mampu menciptakan kepastian hukum, melindungi konsumen, memperkuat kepercayaan publik, serta menjamin perlakuan yang adil bagi seluruh kelompok masyarakat, maka kebijakan tersebut dapat dipandang sebagai bentuk integrasi nilai agama yang legitim, inklusif, dan sesuai dengan karakter masyarakat plural. Dengan kerangka ini, pelabelan halal tidak hanya dipahami sebagai instrumen keagamaan atau regulasi administratif semata, tetapi sebagai mekanisme kebijakan publik yang berkontribusi terhadap penciptaan nilai publik dan penguatan tata kelola pemerintahan yang demokratis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelabelan Halal sebagai Instrumen Kebijakan Publik

Kebijakan pelabelan halal pada produk merupakan salah satu bentuk instrumen kebijakan publik yang bersifat informatif, yaitu instrumen regulasi yang memberikan informasi penting kepada konsumen mengenai status kehalalan barang dan jasa. Instrumen tersebut tidak berfungsi untuk memaksakan perilaku tertentu, melainkan memperkuat hak konsumen dengan memberikan kesempatan kepada individu untuk menentukan pilihan yang sesuai dengan preferensi dan keyakinannya. Instrumen semacam ini banyak digunakan dalam kajian kebijakan publik dan hukum untuk mengatasi asimetri informasi, yaitu kondisi ketika konsumen tidak memiliki pengetahuan yang lengkap mengenai karakteristik suatu produk. Keberadaan label halal membantu mengurangi kesenjangan informasi antara produsen dan konsumen sehingga konsumen dapat mengambil keputusan yang lebih rasional dan sesuai dengan nilai yang dianutnya (Usmi et al., 2024).

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pelabelan halal merupakan bagian dari upaya negara untuk menjamin kepastian hukum dan melindungi hak konsumen muslim, khususnya di negara dengan mayoritas penduduk muslim seperti Indonesia. Sebagai contoh, sistem jaminan produk halal di Indonesia dirancang untuk memastikan bahwa produk yang beredar di pasar memenuhi persyaratan kehalalan sebagaimana ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan. Hal ini menunjukkan adanya pengakuan negara bahwa kebutuhan konsumen muslim terhadap informasi yang akurat bukan hanya merupakan persoalan keagamaan, tetapi juga merupakan hak konsumen yang memerlukan perlindungan hukum (Habibi et al., 2025).

Pelabelan halal juga dapat dipahami sebagai instrumen penciptaan nilai publik (*public value*). Negara tidak semata-mata menyediakan informasi mengenai status kehalalan suatu produk, tetapi juga membangun kepercayaan publik melalui jaminan bahwa informasi yang beredar di pasar telah melalui mekanisme verifikasi yang dapat dipertanggungjawabkan. Menurut Moore (Symes, 1999), kebijakan publik yang efektif harus mampu menghasilkan nilai yang dirasakan masyarakat melalui peningkatan legitimasi, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap institusi publik. Dalam konteks tersebut, pelabelan halal tidak hanya berkaitan dengan

kepentingan agama, tetapi juga merupakan upaya negara untuk menciptakan kepastian hukum, transparansi pasar, dan perlindungan konsumen sebagai bentuk nilai publik yang dapat dirasakan secara luas. Temuan ini menunjukkan bahwa kebijakan halal memiliki dimensi tata kelola yang melampaui fungsi simbolik keagamaan semata (Prayuti, 2020) & (Zaharah et al., 2024).

Kajian empiris dan yuridis menunjukkan bahwa label halal yang tidak jelas atau tidak tersedia dapat menimbulkan kebingungan di kalangan konsumen serta menurunkan tingkat kepercayaan terhadap pasar dan pelaku usaha. Dalam beberapa kasus, produsen mencantumkan informasi halal tanpa memperoleh sertifikasi resmi sehingga menimbulkan persoalan terkait hak konsumen dan potensi penyebaran informasi yang tidak akurat. Oleh karena itu, salah satu tujuan utama kebijakan pelabelan halal adalah meningkatkan transparansi pasar serta memastikan bahwa konsumen memperoleh informasi yang valid, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum (Usmi et al., 2024).

2. Integrasi Nilai-Nilai Agama dan Peran Negara sebagai Penengah yang Netral

Integrasi nilai-nilai agama ke dalam kebijakan publik sering dilakukan melalui regulasi yang mempertimbangkan kebutuhan simbolik maupun substantif kelompok keagamaan. Dalam konteks pelabelan halal, negara berperan sebagai mediator yang berupaya menyeimbangkan prinsip netralitas negara dengan kebutuhan afirmatif kelompok keagamaan tertentu. Label halal tidak hanya merupakan bentuk pengakuan simbolik terhadap nilai-nilai agama, tetapi juga berfungsi sebagai mekanisme administratif dalam kerangka perlindungan konsumen dan tata kelola pasar yang adil.

Pelabelan halal sering ditempatkan dalam sistem perlindungan konsumen yang lebih luas melalui regulasi nasional maupun internasional. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa regulasi halal yang jelas dan konsisten dapat memperkuat kepercayaan konsumen serta meningkatkan transparansi di sepanjang rantai pasok produk halal. Label halal tidak hanya mengomunikasikan status kehalalan suatu produk, tetapi juga memberikan informasi mengenai proses produksi yang relevan bagi konsumen muslim (Habibi et al., 2025).

Perspektif tata kelola pemerintahan modern (*new public governance*), integrasi nilai agama ke dalam kebijakan publik tidak bertujuan menjadikan negara sebagai representasi institusi agama tertentu, melainkan sebagai fasilitator yang menjamin terpenuhinya kebutuhan warga negara dalam kerangka hak-hak konstitusional. Pelabelan halal dapat dipahami sebagai bentuk pengakuan negara terhadap kebutuhan kelompok muslim tanpa menghilangkan hak kelompok lain untuk mengakses pasar secara setara. Oleh karena itu, legitimasi kebijakan tidak ditentukan oleh sumber nilai yang melandasinya, melainkan oleh sejauh mana kebijakan tersebut dirancang secara proporsional, transparan, dan tidak diskriminatif terhadap kelompok masyarakat lainnya. Perspektif ini memperlihatkan bahwa hubungan antara agama dan kebijakan publik tidak selalu bersifat eksklusif, tetapi dapat berfungsi sebagai mekanisme penguatan inklusivitas apabila diimplementasikan dalam kerangka tata kelola yang baik (Osborne, 2010).

Regulasi yang kuat juga berperan dalam mengatasi berbagai permasalahan, seperti praktik pencantuman label yang tidak jujur dan ketidakonsistenan standar. Tanpa kerangka hukum yang jelas dan sistem pengawasan yang efektif, pelabelan halal dapat menjadi ambigu dan tidak dapat diandalkan sehingga berpotensi melemahkan hak konsumen atas informasi yang akurat. Literatur mengenai perlindungan konsumen menegaskan bahwa kejelasan regulasi dan pengawasan negara merupakan komponen penting untuk memastikan bahwa informasi pada label produk benar-benar mencerminkan klaim yang disampaikan oleh produsen (Ilham et al., 2023).

3. Kebijakan Pelabelan Halal antara Pelindungan Konsumen dan Prinsip Nondiskriminasi

Sebagai instrumen informasi, pelabelan halal memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengambil keputusan berdasarkan informasi yang memadai, bukan memaksakan standar perilaku tertentu. Hal ini sejalan dengan prinsip kebijakan publik yang

menghormati otonomi individu dalam menentukan keputusan konsumsi berdasarkan preferensi, nilai, dan keyakinan masing-masing.

Kebutuhan informasi konsumen tidak selalu bersifat seragam karena dipengaruhi oleh latar belakang nilai, keyakinan, budaya, maupun preferensi pribadi. Konsumen muslim memerlukan kepastian mengenai status kehalalan produk sebagai bagian dari hak untuk menjalankan keyakinan agamanya, sedangkan konsumen non-muslim dapat memiliki pertimbangan konsumsi yang berbeda. Oleh karena itu, pelabelan halal dapat dipahami sebagai instrumen yang memperluas pilihan konsumen karena menyediakan informasi tambahan yang memungkinkan setiap individu mengambil keputusan konsumsi berdasarkan preferensinya masing-masing tanpa mengurangi hak pihak lain untuk mengakses produk yang sama. Dalam konteks ini, fungsi utama label halal bukanlah membatasi perilaku konsumsi, melainkan mengurangi ketidakpastian informasi di pasar dan meningkatkan kapasitas konsumen untuk membuat keputusan yang lebih terinformasi. Dari perspektif nondiskriminasi, keberadaan label halal tidak menciptakan pembatasan akses terhadap produk bagi kelompok tertentu, melainkan memberikan informasi yang relevan bagi kelompok yang membutuhkannya. Pelabelan halal menjadi diskriminatif apabila digunakan sebagai instrumen yang membatasi hak kelompok tertentu untuk berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi. Sebaliknya, selama kebijakan tersebut hanya berfungsi sebagai penyedia informasi dan diterapkan secara proporsional, transparan, dan tidak menghambat kelompok lain, maka pelabelan halal justru sejalan dengan prinsip kesetaraan karena menjamin hak setiap konsumen untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Dengan demikian, orientasi utama kebijakan tersebut adalah menyediakan informasi yang akurat dan relevan serta menjamin prosedur regulasi yang adil bagi seluruh pelaku pasar, termasuk kelompok minoritas, tanpa memaksakan nilai-nilai keagamaan tertentu kepada seluruh masyarakat. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana negara dapat mengintegrasikan nilai-nilai agama ke dalam kebijakan publik tanpa mengorbankan kebebasan individu dan keadilan sosial (Usmi et al., 2024).

Prinsip nondiskriminasi tidak mengharuskan negara mengabaikan kebutuhan kelompok tertentu, melainkan memastikan bahwa kebijakan yang dirumuskan tidak menciptakan perlakuan yang tidak proporsional terhadap kelompok lain. Oleh sebab itu, evaluasi terhadap kebijakan pelabelan halal perlu dilakukan berdasarkan prinsip proporsionalitas, yaitu keseimbangan antara tujuan perlindungan konsumen muslim dan potensi beban yang ditimbulkan bagi pelaku usaha. Selama persyaratan yang diterapkan memiliki tujuan yang sah, dijalankan secara transparan, serta didukung oleh mekanisme bantuan dan pendampingan yang memadai, kebijakan pelabelan halal dapat dipandang selaras dengan prinsip kesetaraan dan nondiskriminasi dalam administrasi publik (Hidayat et al., 2024) & (Zaharah et al., 2024).

4. Tantangan Implementasi Kebijakan Pelabelan Halal dalam Masyarakat Plural

a. Implikasi terhadap Pelindungan Konsumen

Pelabelan halal memiliki implikasi yang signifikan terhadap perlindungan konsumen, khususnya di negara dengan mayoritas penduduk muslim seperti Indonesia. Hak untuk memperoleh informasi yang akurat, jelas, dan benar merupakan prinsip fundamental dalam hukum perlindungan konsumen, termasuk dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Jaminan Produk Halal. Temuan empiris menunjukkan bahwa konsumen muslim yang memahami makna dan fungsi label halal cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap produk bersertifikat halal dan menunjukkan perilaku pembelian yang dipengaruhi oleh keberadaan label tersebut (Hasanah et al., 2025).

Dampak kesalahan atau ketiadaan label halal tidak dirasakan secara merata oleh seluruh kelompok konsumen. Bagi sebagian besar konsumen non-muslim, ketiadaan informasi halal mungkin tidak memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Namun bagi konsumen muslim, status kehalalan produk merupakan informasi esensial yang berkaitan langsung dengan pelaksanaan keyakinan agama. Oleh sebab itu, asimetri informasi mengenai status halal berpotensi menimbulkan dampak yang lebih besar terhadap konsumen muslim dibandingkan kelompok konsumen lainnya. Dalam perspektif kebijakan publik, kondisi tersebut menjadi dasar legitimasi negara untuk menyediakan mekanisme informasi yang mampu melindungi hak

kelompok yang memiliki kebutuhan informasi khusus tanpa mengurangi hak kelompok lainnya.

Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas pelabelan halal tidak hanya bersifat simbolis, tetapi memiliki konsekuensi nyata terhadap perilaku konsumen. Label yang jelas dan memiliki legitimasi dapat meningkatkan kepercayaan, sedangkan label yang tidak jelas atau tidak tersedia dapat menimbulkan keraguan dan menurunkan kepercayaan terhadap pasar. Oleh karena itu, implementasi kebijakan yang efektif memerlukan standar pelabelan yang konsisten, valid, dan dapat dipercaya (Usmi et al., 2024).

b. Implikasi terhadap Persaingan Pasar dan UMKM

Beban administratif dan finansial yang ditanggung pelaku usaha, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), merupakan salah satu dampak yang sering diidentifikasi dalam implementasi kebijakan pelabelan halal. Meskipun regulasi memberikan landasan hukum yang kuat untuk melindungi konsumen muslim, biaya sertifikasi, keterbatasan sumber daya, serta kurangnya pemahaman terhadap regulasi masih menjadi hambatan utama bagi UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal (Habibi et al., 2025).

Kondisi tersebut turut memengaruhi dinamika persaingan pasar. Produsen yang mampu memenuhi persyaratan sertifikasi memperoleh manfaat dari label halal sebagai nilai tambah yang dapat meningkatkan daya saing dan penjualan. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa produk UMKM yang telah memperoleh sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen muslim, yang merupakan salah satu segmen pasar utama di Indonesia (Wulandari et al., 2024).

Temuan ini menunjukkan adanya *policy trade-off* dalam implementasi kebijakan halal. Di satu sisi, sertifikasi dan pelabelan halal mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperluas akses pasar produk UMKM. Di sisi lain, kewajiban pemenuhan persyaratan sertifikasi dapat meningkatkan biaya kepatuhan (*compliance cost*) yang relatif lebih berat bagi usaha berskala kecil dibandingkan perusahaan besar. Oleh karena itu, efektivitas kebijakan tidak hanya ditentukan oleh kualitas regulasi, tetapi juga oleh kemampuan pemerintah menyediakan mekanisme fasilitasi seperti sertifikasi halal gratis, pendampingan teknis, dan penyederhanaan prosedur administratif. Dengan demikian, tujuan perlindungan konsumen dapat dicapai tanpa mengurangi daya saing UMKM sebagai aktor utama ekonomi nasional.

Namun, UMKM yang tidak mampu memperoleh sertifikasi akibat kendala biaya maupun prosedural berisiko mengalami penurunan daya saing, meskipun secara substantif produk yang dihasilkan telah memenuhi prinsip kehalalan. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan yang sama dapat menghasilkan dampak yang berbeda tergantung pada kapasitas masing-masing pelaku usaha. Tanpa adanya langkah dukungan yang memadai, seperti subsidi, pendampingan teknis, dan program edukasi, kebijakan tersebut berpotensi memperlebar kesenjangan dalam persaingan pasar (Paseru & Bima, 2025).

c. Implikasi terhadap Tata Kelola Pemerintahan dan Infrastruktur Kebijakan

Kebijakan pelabelan halal juga memengaruhi tata kelola kelembagaan dan mekanisme implementasi kebijakan. Indonesia mewajibkan sertifikasi halal melalui Undang-Undang Jaminan Produk Halal, dengan pelaksanaannya difasilitasi oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Hal ini menunjukkan semakin luasnya peran negara, tidak hanya sebagai regulator, tetapi juga sebagai fasilitator dalam mengintegrasikan nilai-nilai agama ke dalam tata kelola pemerintahan (Usmi et al., 2024).

Pada praktiknya, diperlukan mekanisme pengawasan dan evaluasi yang lebih kuat. Sebagai contoh, kebijakan mengenai sertifikat halal yang berlaku seumur hidup telah

menimbulkan perdebatan. Tanpa adanya verifikasi secara berkala, konsumen dapat memperoleh rasa aman yang semu sehingga efektivitas kebijakan berpotensi menurun. Tanpa evaluasi yang berkelanjutan, kredibilitas sistem sertifikasi juga dapat mengalami penurunan (Wajdi, 2025).

Tanggung jawab pemerintah dalam menyosialisasikan regulasi, memperkuat lembaga sertifikasi, dan meningkatkan kapasitas pengawasan menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa implementasi kebijakan tidak berhenti pada aspek formalitas regulasi, tetapi benar-benar diterapkan secara efektif dan adil. Efektivitas kebijakan sangat bergantung pada kemampuan negara dalam memperkuat sistem implementasi, pengawasan, dan edukasi publik (Usmi et al., 2024).

Perspektif *good governance*, keberhasilan implementasi kebijakan halal tidak hanya bergantung pada keberadaan regulasi, tetapi juga pada kapasitas institusi pelaksana. Prinsip efektivitas, akuntabilitas, transparansi, dan responsivitas menjadi prasyarat utama agar sistem jaminan produk halal dapat berfungsi secara optimal. Dalam konteks ini, BPJPH tidak hanya berperan sebagai lembaga regulator, tetapi juga sebagai institusi pelayanan publik yang bertanggung jawab memastikan akses sertifikasi yang adil bagi seluruh pelaku usaha. Oleh karena itu, penguatan kapasitas kelembagaan, digitalisasi layanan, koordinasi lintas lembaga, dan evaluasi berkala merupakan faktor penting untuk menjaga legitimasi serta kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan halal (Hidayat et al., 2024).

d. Implikasi terhadap Inklusi Sosial dan Persepsi Publik

Pelabelan halal tidak hanya memiliki konsekuensi administratif dan ekonomi, tetapi juga memengaruhi dinamika sosial dan persepsi publik dalam masyarakat pluralistik. Ketika dipandang sebagai instrumen yang mendukung kebebasan beragama dan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk membuat keputusan berdasarkan informasi yang memadai, kebijakan tersebut dapat berkontribusi positif terhadap inklusivitas dan memberikan rasa aman bagi konsumen muslim. Penelitian menunjukkan bahwa ketika label halal secara akurat mencerminkan status produk yang sah, tingkat kepercayaan konsumen mengalami peningkatan (Hasanah et al., 2025). Namun, apabila kebijakan tersebut dipersepsikan sebagai beban atau simbol dominasi kelompok mayoritas terutama ketika implementasinya mengabaikan keterbatasan yang dihadapi pelaku usaha dari kelompok minoritas kebijakan tersebut berpotensi menimbulkan resistensi sosial. Implikasi tersebut menegaskan pentingnya desain kebijakan yang tidak hanya memiliki landasan hukum yang kuat, tetapi juga responsif terhadap realitas sosial dalam masyarakat pluralistik (Habibi et al., 2025).

Implementasi kebijakan pelabelan halal perlu ditempatkan dalam keseimbangan antara perlindungan konsumen, efektivitas regulasi, keadilan ekonomi, tata kelola pemerintahan, serta inklusivitas sosial. Pendekatan tersebut penting agar integrasi nilai-nilai agama ke dalam kebijakan publik tetap dapat berjalan tanpa mengurangi prinsip kesetaraan, kebebasan individu, dan nondiskriminasi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penerimaan terhadap kebijakan pelabelan halal sangat dipengaruhi oleh persepsi masyarakat mengenai tujuan dan cara implementasinya. Ketika pelabelan halal dipahami sebagai instrumen perlindungan konsumen dan penyediaan informasi publik, kebijakan tersebut cenderung diterima sebagai bentuk pelayanan negara yang legitim. Sebaliknya, apabila kebijakan dipersepsikan sebagai instrumen dominasi nilai kelompok mayoritas tanpa mempertimbangkan kondisi sosial masyarakat yang majemuk, maka resistensi sosial lebih mungkin muncul. Oleh karena itu, keberhasilan kebijakan pelabelan halal dalam masyarakat plural tidak hanya ditentukan oleh kekuatan regulasi, tetapi juga oleh kemampuan pemerintah membangun komunikasi kebijakan

yang inklusif, transparan, dan responsif terhadap keberagaman masyarakat (Hasanah et al., 2025).

KESIMPULAN

Studi ini menunjukkan bahwa pelabelan halal, alih-alih merupakan bentuk pemaksaan atau penegakan norma teologis, merupakan mekanisme kelembagaan untuk mengintegrasikan nilai-nilai agama ke dalam kebijakan publik melalui kerangka regulasi dan tata kelola pemerintahan. Sebagai instrumen informasi dan perlindungan konsumen, pelabelan halal berperan dalam mengatasi kegagalan pasar yang disebabkan oleh asimetri informasi, sekaligus mengkomodasi kebutuhan keagamaan dalam sistem hukum dan sosial yang plural.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa legitimasi kebijakan pelabelan halal tidak semata-mata berasal dari nilai keagamaan yang melandasinya, tetapi dari kemampuannya menyediakan informasi yang tidak dapat diperoleh secara mudah oleh konsumen melalui mekanisme pasar biasa. Oleh karena itu, justifikasi utama kebijakan ini terletak pada fungsi perlindungan konsumen dan penciptaan nilai publik, bukan pada pemaksaan norma keagamaan tertentu. Dari perspektif tata kelola pemerintahan, efektivitas dan legitimasi kebijakan pelabelan halal sangat bergantung pada kejelasan regulasi, kapasitas kelembagaan, dan penerapan kebijakan yang proporsional. Meskipun kebijakan ini memberikan manfaat yang signifikan dalam melindungi konsumen dan memfasilitasi pengambilan keputusan berdasarkan informasi yang memadai, implementasinya juga menghadirkan tantangan administratif dan ekonomi, khususnya bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), sehingga diperlukan dukungan kelembagaan untuk memastikan kepatuhan yang adil dan merata.

Lebih lanjut, penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai agama ke dalam kebijakan publik dalam masyarakat plural dapat berjalan selaras dengan prinsip netralitas dan nondiskriminasi apabila diterapkan sebagai instrumen regulasi publik, bukan sebagai mandat keagamaan yang bersifat memaksa. Pelabelan halal tidak hanya berfungsi sebagai simbol keagamaan, tetapi juga sebagai instrumen untuk meningkatkan transparansi pasar, melindungi hak konsumen, dan memperkuat akuntabilitas publik.

Pelabelan halal menunjukkan bahwa instrumen kebijakan berbasis nilai agama dapat berjalan berdampingan dengan kerangka tata kelola pluralistik apabila dirancang dan diimplementasikan melalui sistem regulasi yang transparan, inklusif, proporsional, dan akuntabel. Temuan ini menegaskan bahwa integrasi nilai-nilai agama ke dalam kebijakan publik dapat berkontribusi terhadap penciptaan nilai publik (*public value*), sepanjang kebijakan tersebut menempatkan perlindungan konsumen, keadilan regulasi, kesetaraan, serta legitimasi kelembagaan sebagai prinsip utama.

DAFTAR PUSTAKA

- Astiwarda, E. M. (2025). ANALISIS DAMPAK KEBIJAKAN SERTIFIKASI HALAL TERHADAP PERTUMBUHAN INDUSTRI PANGAN. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 8(1), 13–28. <https://doi.org/10.54783/japp.v8i1.1264>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.

- Habibi, M., Eni Khasanatul Nisa, & Davi Rahmad Adi Alamsyah. (2025). Perlindungan Konsumen Muslim Melalui Jaminan Produk Halal Di Indonesia. *Ekosiana Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 12(2), 84–98. <https://doi.org/10.47077/ekosiana.v12i2.590>
- Ilham, M., Saifullah, S., & Kartika, N. R. (2023). Perlindungan Konsumen Terhadap Upaya Labelisasi Halal Di Indonesia. *Indonesia Journal of Business Law*, 2(2), 58–66. <https://doi.org/10.47709/ijbl.v2i2.2326>
- maharani paseru, N., & Rinaldy Bima, M. (2025). Perlindungan Konsumen Terhadap Jaminan Produk Halal Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi di Kota Makassar). In *Qawanin Jurnal Ilmu Hukum* (Vol. 1, Number 1).
- Muin, F., & Tahir, P. (2023). Legal Policy of Halal Products for the Development of Small and Micro Enterprises after the Enactment of Government Regulation in Lieu of Law No. 2 of 2022 on the Job Creation. *Al-Risalah: Forum Kajian Hukum Dan Sosial Kemasyarakatan*, 23(1), 1–12. <https://doi.org/10.30631/alrisalah.v23i1.1323>
- Osborne, S. P. (2010). *The New Public Governance*.
- Prayuti, Y. (2020). MUSLIM FOOD CONSUMER PROTECTION THROUGH THE REGULATION OF HALAL LABELS IN INDONESIA. *Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan*, 8(1), 17–25. <https://doi.org/10.29303/ius.v8i1.716>
- Rahmawatul Hasanah, Nur Fitri Hidayanti, & Sahman Z. (2025). THE INFLUENCE OF HALAL EDUCATION AND PRODUCT LABELING ON MUSLIM CONSUMER TRUST. *FINANSIA : Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 197–212. <https://doi.org/10.32332/finansia.v8i2.11363>
- Sholihah, F. D., & Arifin, S. (2025). Implementation of Halal Certification Institutions in ASEAN Countries. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 6(1), 42–59. <https://doi.org/10.14421/jies.2025.6.1.42-59>
- Sujibto, B. J., & M, F. (2023). Non-Muslim Voices on Halal Certification: From Sectoral-Religious Tendencies to State-Mandated Regulations. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 26(3), 258. <https://doi.org/10.22146/jsp.67792>
- Symes, A. (1999). Creating public value: Strategic management in government (Cambridge, MA: Harvard University Press) by Mark Moore. *International Public Management Journal*, 2(1), 158–167. [https://doi.org/10.1016/S1096-7494\(00\)87438-3](https://doi.org/10.1016/S1096-7494(00)87438-3)
- Usmi, V., Nagara, S. H., Majestica, A., Sukmawati, S., & Lestari, 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>
- Wajdi, F. (2025). *Lifetime Halal Certificate Policy: Implications and Challenges for Consumer Protection*. 4(4), 76–82. <https://doi.org/10.30596/jcositte.v1i1.xxxx>
- Wulandari, A., Octavia, S., & Plasnajaya, R. (2024). DAMPAK PRODUK UMKM YANG BERLABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 1(3), 1150–1159. <https://doi.org/10.62567/micjo.v1i3.136>
- Yunan Hidayat, M., Fajri Kurnia Pradana, A., Zidny Nafi, M., The Author, B., & Fajri P, A. K. (2024). *Legal Protection for Muslim Consumers Regarding Halal Food Certification in Law Number 33 of 2014 (Gazetted)* (Vol. 9, Number 1). <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alamwal/index>
- Zaharah, R., Bt Nik Azhar, N. A. A., Faizal, L., Santoso, R., & Satria, I. (2024). Halal Industry: A Comparative Analysis of Halal Certification Mechanisms in Indonesia and Malaysia from the Perspective of Sharia Economic Law. *ASAS*, 16(2), 179. <https://doi.org/10.24042/asas.v16i2.23994>