


Research Article

Analisis Urgensi Sertifikasi Halal Pada Penjual Daging Ayam di Pasar Lakessi

A. Haerunnisah Azizah¹, Islamul Haq², Damirah³, Syahriyah Semaun⁴, Andi Bahri S⁵

1. Program Pascasarjana, Ekonomi Syariah, IAIN Parepare, Indonesia
E-mail: haerunnisah17@gmail.com 
2. Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam, IAIN Parepare, Indonesia
E-mail: islamulhaq@iainpare.ac.id
3. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare, Indonesia
E-mail: damirah777@gmail.com
4. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare, Indonesia
E-mail: syahriyahsemaun@iainpare.ac.id
5. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare, Indonesia
E-mail: andibahriarya17@gmail.com



Copyright © 2026 by Authors, Published by AL-AFKAR: Journal For Islamic Studies. This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

Received : January 22, 2026
Accepted : March 23, 2026

Revised : February 20, 2026
Available online : April 30, 2026

How to Cite: A. Haerunnisah Azizah, Islamul Haq, Damirah, Syahriyah Semaun and Andi Bahri S. (2026) "An Analysis of the Urgency of Halal Certification for Chicken Meat Sellers at Lakessi Market", *al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 9(2), pp. 1615-1626. doi: 10.31943/afkarjournal.v9i2.3166.

An Analysis of the Urgency of Halal Certification for Chicken Meat Sellers at Lakessi Market

Abstract. This study aims to analyze the practice of selling broiler chicken at Lakessi Market in Parepare City, map the halal product assurance system at the trader level and consumer perceptions, and assess the urgency of halal certification. This study used a qualitative method with a descriptive case study approach. Primary data were collected through observations and interviews with 20 informants consisting of 8 broiler chicken sellers, 10 consumers, and 2 government agency representatives, with data analysis conducted inductively. The results show that sales practices generally follow two patterns: supply from slaughterhouses considered trustworthy or independent slaughtering with efforts to follow Islamic slaughter procedures, basic hygiene aspects (cleanliness of equipment, covering meat with plastic, use of ice) are also considered. However, halal assurance in the field is still predominantly based on trust and visual verification by consumers, so that halal assurance cannot be fully assured without certification. The urgency of halal certification is highly assessed to strengthen regulatory certainty, consumer protection, and market confidence, but compliance is hampered by limited understanding of procedures and concerns about costs, so government assistance is a key need.

Keywords: Halal Assurance, Halal Products, Animal Products, Consumer Protection, Halal Certification

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis praktik penjualan daging ayam potong di Pasar Lakesi Kota Parepare, memetakan sistem penjaminan produk halal pada tingkat pedagang dan persepsi konsumen, serta menilai urgensi sertifikasi halal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus bersifat deskriptif. Data primer dihimpun melalui observasi dan wawancara terhadap 20 informan yang terdiri dari 8 penjual ayam potong, 10 konsumen, dan 2 perwakilan instansi pemerintah, dengan analisis data dilakukan secara induktif. Hasil penelitian menunjukkan praktik penjualan umumnya menempuh dua pola: pasokan dari rumah potong yang dianggap terpercaya atau pematangan mandiri dengan upaya mengikuti tata cara penyembelihan Islam, aspek higienitas dasar (kebersihan alat, penutupan daging menggunakan plastik, penggunaan es) juga diperhatikan. Namun, penjaminan halal di lapangan masih dominan berbasis kepercayaan dan verifikasi visual oleh konsumen, sehingga kepastian halal belum dapat dipastikan sepenuhnya tanpa sertifikasi. Urgensi sertifikasi halal dinilai tinggi untuk memperkuat kepastian regulasi, perlindungan konsumen, dan kepercayaan pasar, tetapi kepatuhan terhambat oleh keterbatasan pemahaman prosedur dan kekhawatiran biaya, sehingga pendampingan pemerintah menjadi kebutuhan kunci.

Kata Kunci: Jaminan Halal, Produk Halal, Produk Hewani, Perlindungan Konsumen, Sertifikasi Halal

PENDAHULUAN

Status kehalalan produk telah mengalami transformasi fundamental dari sekadar label keagamaan menjadi sistem strategis yang integral dalam perdagangan global (Annabi & Ibidapo-Obe, 2017). Transformasi ini didorong oleh pengakuan bahwa halal bukan hanya representasi nilai religius, tetapi juga indikator kualitas, transparansi, dan akuntabilitas dalam rantai pasok (Demirci et al., 2016). Dinamika global menunjukkan bahwa halal telah berevolusi menjadi perangkat standardisasi komprehensif yang mengunci kepastian asal-usul bahan, prosedur produksi, dan integritas distribusi (Haleem & Khan, 2017). Organisasi sertifikasi halal berperan krusial sebagai penghubung antara produsen dan konsumen, sekaligus berfungsi sebagai mitra rantai pasok dalam jaminan kualitas (Wati, 2025). Implementasi sistem halal yang terintegrasi memerlukan keterlibatan aktor kunci seperti pemerintah, industri, bahan sertifikasi, komunitas, dan akademisi untuk menciptakan ekosistem

yang transparan, akuntabel, dan dapat dilacak (Randeree, 2019). Popularitas standar halal telah menyebar ke masyarakat Barat karena persepsi keamanan dan kualitas, Negara-negara non-Muslim seperti Brasil dan Australia telah memosisikan sertifikasi halal sebagai keunggulan kompetitif dalam pasar global, dengan Brasil menyumbang 55% dari total pasokan daging halal dunia (Javeed et al., 2018). Hal ini menunjukkan bahwa preferensi pasar tidak lagi eksklusif ditentukan oleh identitas agama konsumen, tetapi juga oleh tuntutan transparansi proses dan keamanan pangan.

Diskursus halal kontemporer semakin menegaskan bahwa sertifikasi halal berfungsi sebagai instrumen tata kelola mutu dan perlindungan konsumen, bukan sekadar penanda identitas religius. Di Eropa, organisasi sertifikasi halal berperan sebagai simpul kepercayaan yang menghubungkan produsen dan konsumen serta menjadi mitra *quality assurance* dalam rantai nilai produsen (Asro & Sofyan, 2022). Oleh karena itu, isu akreditasi, kredibilitas skema sertifikasi, dan kepastian standar menjadi krusial di pasar luar negeri seperti Inggris, dan Uni-Eropa. Pada saat yang sama, preferensi konsumen juga bergeser karena halal dipersepsikan terkait keamanan dan kualitas, sementara konsumen tidak dapat memverifikasi “kehalalan” hanya dari atribut sensorik produk dengan konsekuensinya yakni kebutuhan pada verifikasi proses dan integritas sistem yang harus ditingkatkan (Sahhari, 2025). Dalam konteks Indonesia, kebutuhan mekanisme jaminan halal yang *auditable* dan akuntabel menguat karena tantangan kepastian hukum dan efektivitas kelembagaan (Masitah et al., 2024).

Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal menegaskan transisi sertifikasi halal dari voluntary menuju mandatory bagi produk yang beredar, sehingga kepastian halal diposisikan sebagai rezim kepatuhan yang menuntut penataan proses produksi, dokumentasi, dan kelembagaan penyelenggara (Faridah, 2019). Mandat terhadap JPH membawa konsekuensi administratif dan sosial: terdapat tantangan kesadaran publik, kepatuhan entitas tersertifikasi, serta pematangan kapasitas institusional BPJPH untuk menjalankan mandatnya secara efektif (Gunawan et al., 2021). Bagi pelaku UMKM perubahan wajib ini mendorong kebutuhan pendampingan dan pembenahan Sistem Jaminan Produk Halal agar proses produksi memenuhi standar dan dapat diverifikasi (Mohammad, 2021). Dalam konteks perlindungan konsumen, sertifikasi dan label halal berfungsi sebagai instrumen pengurangan informasi asimetris yang memberi hak konsumen atas informasi yang jelas, benar, dan jujur mengenai status kehalalan dan kondisi produk (Wibiksana & Sumiyati, 2024). Kerangka BPJPH dan sertifikasi dimaksudkan untuk mendidik serta melindungi konsumen agar memperoleh kepastian atas status halal dan terhindar dari praktek kecurangan (Hermawan, 2020). Hak atas informasi komposisi dan status halal beroperasi sebagai bagian dari kepastian hukum konsumsi yang seharusnya diperoleh konsumen saat ini.

Masalah yang kerap kali ditemukan adalah kesenjangan yang terjadi antara kewajiban normatif JPH dan realitas kepatuhan yang tercermin dari rendahnya sertifikasi sebelum JPH menjadi sebuah kewajiban (Fathoni, 2020). Sertifikasi halal pada periode 2011-2018 masih didominasi oleh Sebagian kecil produk dibandingkan total produk yang beredar, hal ini menciptakan ruang ketidakpastian dalam jaminan

halal di tingkat konsumsi (Ibrahim et al., 2023). Kondisi ini memperbesar *doubtful consumption* (Syubhat) dikarenakan konsumen tidak dapat memverifikasi status kehalalan hanya dari ciri produk, dan label. Hambatan implementasi JPH berkaitan dengan kesadaran halal yang rendah, kapasitas dan daya saing pelaku usaha, serta kebutuhan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat untuk menjalankan kewajiban sertifikasi secara bertahap (Hidayati et al., 2023). Penguatan pengawasan dan *traceability* rantai pasok dengan dukungan teknologi informasi dan tata kelola jaringan integritas halal dipandang sebagai prasyarat untuk menjaembatani ketegangan antara norma, kapasitas, dan mekanisme ekonomi riil (Hudaefi & Jaswir, 2019).

Pendekatan solutif menekankan standardisasi, audit, edukasi kepatuhan, dan literasi konsumen sejalan dengan pergeseran sistem sertifikasi halal Indonesia dari *society-centric* menjadi *state-centric* menjadikan sertifikasi bersifat wajib, serta teralihkannya fungsi pengendalian sertifikasi dari LPPOM MUI ke pengawasan Kementerian Agama melalui BPJPH (Akim et al., 2019). BPJPH memiliki kewenangan untuk melakukan koordinasi tata kelola jaminan halal, untuk memperkuat kapasitas institusional, kolaborasi, dan implementasi sertifikasi yang lebih efektif (Anzellyta & Fitria, 2022). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa UU JPH belum sepenuhnya efektif dalam meningkatkan kesadaran pemilik usaha, hal inilah yang menjadi alasan rendahnya pendaftar sertifikasi halal. Sertifikasi halal dipahami oleh pemilik usaha sebagai perangkat tata kelola yang mengintegrasikan kepatuhan syariah, dan kepastian hukum, serta sebagai instrumen penambah nilai manfaat yang berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan akses pasar halal (Rafiki & Wahab, 2016). Secara operasional, sertifikasi halal merupakan sebuah bukti kepatuhan yang dapat diverifikasi bukan klaim sepihak, hal ini membuat sertifikasi halal sejalan dengan kebutuhan *quality assurance* dan auditabilitas dalam *halal supply-chain* (Saifuddin & Samsuri, 2020).

Pemberlakuan sertifikasi halal yang semula bersifat sukarela menjadi sebuah kewajiban yang harus dipenuhi secara bertahap yang menuntut kolaborasi pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat (Salsabila et al., 2024). Namun, praktiknya terkendala oleh rendahnya pemahaman tentang legalitas dan prosedur pengajuan sertifikasi (Alhidayatullah, 2023). Untuk menyelesaikan masalah ini dibutuhkan edukasi dan pendampingan dalam sertifikasi yang diposisikan sebagai kebutuhan untuk membangun rasa aman, dan kepuasan konsumen (Mardiantari et al., 2023). Sertifikasi halal sangat dibutuhkan terkhusus untuk komoditas daging, sektor ini perlu diprioritaskan dengan adanya standarisasi baik dan halal yang menuntut kepatuhan kehalalan pangan sejak tahap awal produksi (Rumnah et al., 2022). Hambatan implementasi JPH pangan berkaitan erat dengan ketersediaan bahan baku halal dan proses yang kurang profesional. Dalam hal ini intervensi harus menargetkan praktik penyembelihan dan kontrol di titik jual melalui pembinaan serta peningkatan profesionalisme (Ikomatussuniah & Sariyah, 2023). Pendekatan ini sejalan dengan penguatan *halal supply-chain* dengan integrasi teknologi untuk mengidentifikasi celah ketidakpatuhan yang dapat merusak status halal produk-produk yang dijual di pasar (Effendi et al., 2023).

Pasar Lakessi di Kota Parepare merupakan pasar tradisional utama yang dikenal sebagai pusat perdagangan daging ayam dan produk pangan segar, serta menjadi pilihan masyarakat karena akses produk segar dan harga bersaing. Namun, kompetisi antarpedagang yang ketat dan dominannya praktik bisnis konvensional berpotensi melemahkan konsistensi standar kebersihan dan kepatuhan penyembelihan, terlebih ketika kesadaran dan informasi tentang prosedur syariah belum memadai. Dalam kondisi demikian, sertifikasi halal bukan hanya instrumen legal, tetapi juga mekanisme tata kelola yang melindungi pelaku usaha dan konsumen melalui pembuktian bahwa standar penyembelihan telah sesuai syariat Islam. Sejumlah studi terdahulu banyak menelaah urgensi sertifikasi halal pada UMKM secara umum atau pada produk olahan, tetapi belum secara spesifik menempatkan penjualan daging ayam potong di pasar tradisional sebagai locus yang menguji hubungan antara praktik penyembelihan, sistem penjaminan halal, dan perlindungan konsumen pada level lokal.

Penelitian ini diarahkan untuk menganalisis praktik penjualan daging ayam di Pasar Lakessi, memetakan sistem penjaminan produk halal pada penjualan ayam potong di Pasar Lakessi Parepare, serta menilai urgensi sertifikasi halal pada penjualan ayam potong di Pasar Lakessi Parepare dari perspektif Hukum Islam. Ruang lingkup penelitian dibatasi pada penjualan daging ayam potong di Pasar Lakessi dan mekanisme penjaminannya pada tingkat pedagang serta persepsi konsumen di lingkungan pasar, dengan penekanan pada aspek kepatuhan syariah, kepastian regulasi, dan perlindungan konsumen, pembahasan tidak diarahkan pada seluruh komoditas pangan, melainkan pada rantai pasok dan praktik yang langsung menentukan status halal daging ayam di titik jual.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, penelitian ini bersifat dekskriptif dengan karakteristiknya yang bersifat alamiah, analisis data yang dilakukan secara induktif, dan keterlibatan peneliti sebagai instrumen penelitian dari awal hingga akhir penelitian (Masruroh, 2020). Penelitian ini dilaksanakan di Kota Parepare, secara spesifik pada Pasar Lakessi, penelitian ini berfokus pada penjual ayam potong di Pasar Lakessi untuk mengetahui apakah penjual ayam potong memahami prinsip halal, telah melakukan penjualan dengan memastikan status kehalalan produk, dan telah mengetahui atau telah memiliki sertifikasi halal. Pendekatan yang dipilih dinilai dapat memberikan gambaran yang nyata, jelas, serta menonjolkan makna dari penelitian yang dilakukan, terkhusus untuk memaknai pengalaman yang dibentuk oleh sampel dalam penelitian ini (Pangestu et al., 2022).

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh langsung dari informan yang merupakan penjual ayam potong di Pasar Lakessi, untuk memastikan keakuratan data, peneliti menentukan jumlah informan sebanyak 20 orang yang terdiri dari 8 penjual ayam potong, 10 konsumen, dan 2 orang dari instansi pemerintah. Penelitian ini dilaksanakan sekitar dua bulan secara bertahap dari pengumpulan data, penyusunan hasil, hingga perumusan kesimpulan (Yusanto, 2020).

Terdapat beberapa tahapan dalam penelitian ini, tahapan ini meliputi persiapan, pelaksanaan, dan penyelesaian. Pada tahap persiapan beberapa langkah yang dilakukan adalah mempersiapkan proposal penelitian dengan menyusun sumber literatur yang relevan, melakukan observasi awal terhadap fenomena yang dikaji, serta menentukan lokasi penelitian dan informan. Tahapan pelaksanaan meliputi, observasi langsung di lokasi penelitian, dan melakukan wawancara dengan narasumber. Tahapan penyelesaian meliputi pengolahan data, melakukan analisis data, dan melakukan interpretasi data penelitian (Fadli, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktik Penjualan Daging Ayam di Pasar Lakessi

Praktik penjualan daging ayam di Pasar Lakessi Kota Parepare menunjukkan mayoritas penjual ayam telah beroperasi selama 5-10 tahun, pekerjaan ini merupakan pekerjaan pokok para responden. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pertanian, Perikanan, dan Kelautan, potensi pertambahan jumlah penjual ayam dapat meningkat drastis menjelang hari raya atau dibulan-bulan tertentu seperti bulan Ramadhan. Penjual ayam yang menjadi responden dalam penelitian ini mengaku tidak melakukan penjualan dengan dua cara, yang pertama adalah dengan mengambil ayam langsung dari rumah potong yang terpercaya untuk menjamin kehalalan ayam tersebut. Kemudian ada beberapa yang dipotong sendiri mengikuti tata cara yang baik dan benar dalam Islam untuk menciptakan kepercayaan konsumen akan praktik pemotongan yang dilakukan telah sesuai dengan cara Islam.

Kebersihan dari ayam yang dijual juga menjadi pertanyaan dalam praktik penjualan ayam potong. Penjual menjelaskan bahwa pisau dan talenan yang digunakan selalu dibersihkan, untuk daging ayam yang telah dipotong umumnya akan ditutupi menggunakan plastik dan dijaga dari lalat. Selain itu, penjual ayam juga menyediakan box plastik berisi es batu untuk memastikan kesegaran dari daging ayam yang telah dipotong. Tidak hanya untuk menjaga kesegaran melainkan juga untuk membuat daging ayam tersebut awet dan tahan lama.

Praktek ini banyak dibahas dalam penelitian terdahulu, konsumen memiliki kecenderungan untuk menanyakan asal-usul barang yang mereka beli, dalam penelitian ini penjual dapat memberikan jawaban yang jelas mengenai dari mana mereka memperoleh daging ayam yang dijual, serta bagaimana kebersihannya (Karia, 2019; Rashid & Bojei, 2019). Selain itu, untuk memastikan daging ayam yang dibeli itu bersih, pembeli umumnya memastikan area sekitar bersih, terkhusus kebersihan alat yang digunakan oleh penjual ayam (Zaman et al., 2024). Dalam penelitian ini penjual menjelaskan bahwa mereka memastikan alat yang digunakan bersih, dan memastikan daging ayam yang telah dipotong terjaga dari lalat dengan ditutup plastik. Kedua penelitian ini sejalan dengan praktik penjualan ayam potong di Pasar Lakessi Kota Parepare menunjukkan bahwa praktik penjualan ayam potong yang dilakukan di lokasi penelitian tidak jauh berbeda dengan praktik penjualan ayam potong di lokasi-lokasi lain yang sejenis.

Sistem Penjaminan Produk Halal pada Penjualan Daging Ayam Potong di Pasar Lakessi

Penjaminan produk halal merupakan suatu aspek yang bersifat fundamental, bahkan menjadi sebuah kewajiban untuk produk hewani, hal ini dikarenakan produk hewani merupakan produk yang dikonsumsi sehingga perlu untuk dipastikan apakah produk tersebut telah memenuhi atau sesuai dengan kriteria kehalalan yang ditetapkan. Berdasarkan hasil wawancara, penjual ayam di Pasar Lakessi mengaku sering dan kerap kali mendengar mengenai sertifikasi halal, namun mengira bahwa kewajiban tersebut hanya berlaku untuk restoran dan usaha yang berskala besar. Lebih jauh, mereka juga tidak melakukan pengurusan sertifikasi halal karena menganggap sertifikasi halal hanya merupakan bentuk formalitas saja. Namun, sebagian besar penjual mengaku memiliki rencana untuk mengurus sertifikasi halal, terkhusus apabila dibantu, hal ini dikarenakan mereka tidak sepenuhnya mengetahui prosedur pengurusan sertifikasi halal, dan khawatir dengan besaran biaya yang harus dikeluarkan. Desakan untuk memiliki sertifikasi halal juga didorong oleh pemerintah dengan menanggihkan sementara lapak penjual yang tidak memiliki sertifikasi halal terkhusus untuk produk hewani. Sehingga peran pemerintah dalam membantu para penjual ayam menjadi sangat penting untuk mendapatkan sertifikasi halal.

Responden dari Dinas terkait juga menjelaskan bahwa dalam menjamin kehalalan produk hewani, diperhatikan beberapa aspek seperti siapa yang memotong ayam, apakah orang tersebut telah memenuhi syarat yakni Muslim, dan telah *Baligh* serta memahami prosedur penyembelihan hewan yang benar. Selain itu, beralih ke konsumen, konsumen mengaku bahwa mereka memperhatikan dengan baik kehalalan dan kebersihan dari produk hewani yang mereka beli, banyak dari konsumen memilih untuk membeli ayam dari lapak yang memperlihatkan langsung proses pemotongan ayam, hal ini dinilai sudah cukup untuk memastikan bahwa ayam yang mereka beli merupakan ayam yang halal. Secara umum, untuk menilai kehalalan produk, banyak dari konsumen yang tidak dapat memastikan 100 persen, terkhusus dengan tidak adanya sertifikasi halal yang dimiliki oleh penjual ayam. Namun, dalam hal ini prosedur dan tata cara pemotongan ayam yang dilihat oleh konsumen menjadi tolak ukur untuk menilai apakah ayam tersebut telah dipotong sesuai dengan cara Islam, dan dipastikan halal.

Beberapa bukti empiris mengilustrasikan persepsi kehalalan bagi beberapa konsumen ditinjau dari proses produksi yang bersih, higienis, serta transparansi rantai pasok produk (Silalahi et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa niat beli dipengaruhi oleh sikap, persepsi terhadap proses produksi, dan tingkat religiositas, bukan semata dari kepatuhan sertifikasi, menjadikan sertifikasi halal bukan satu-satunya ukuran akan tingkat kehalalan produk (Khan et al., 2020). Beberapa aspek lain yang diperhatikan konsumen meliputi kebersihan fasilitas produksi, praktik sanitasi, dan pelabelan yang jelas, hal ini mendukung kepercayaan konsumen akan proses yang aman, dan konsisten secara syariah (Ilham et al., 2023). Hal ini merefleksikan apa yang terjadi dalam penelitian ini, dikarenakan absensi dari sertifikasi halal penjual ayam, beberapa konsumen memiliki cara atau ukuran lain untuk menilai kehalalan produk. Meskipun demikian, sertifikasi halal dinilai penting

oleh pemerintah Kota untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, dan untuk memastikan bahwa produk hewani yang dijual benar-benar halal.

Urgensi Sertifikasi Halal pada Penjual Ayam Potong di Pasar Lakessi

Urgensi sertifikasi halal tidak dipandang sebagai kewajiban administratif semata, namun penting bagi seorang Muslim untuk memastikan bahwa makanan yang dikonsumsi merupakan makanan yang halal, terkhusus apabila produk ini merupakan produk hewani. Hasil wawancara dengan penjual ayam menunjukkan kesadaran mereka terhadap pentingnya sertifikasi halal, dalam wawancara ini, dijelaskan oleh responden bahwa sertifikasi halal itu mereka rasa penting terkhusus dengan jenis dagangannya yang merupakan makanan. Namun, mereka mengaku tidak terlalu paham mengenai mekanisme dan prosedur pengurusan sertifikasi halal sehingga dibutuhkan bantuan dari pihak pemerintah atau ahli untuk memfasilitasi mereka mendapatkan sertifikasi halal. Dalam perspektif penjual, sertifikasi halal akan meningkatkan kepercayaan konsumen, dengan adanya sertifikasi halal, konsumen tidak lagi ragu dengan produk yang mereka beli. Hal ini tentu mempermudah proses transaksi, dan berpotensi meningkatkan pendapatan pemilik usaha.

Sedangkan dari perspektif konsumen, sertifikasi halal dinilai sebagai jaminan yang memberikan rasa aman untuk mengkonsumsi suatu barang, dengan adanya sertifikasi halal, konsumen tidak perlu ragu mengenai kehalalan, kebersihan, dan keamanan produk yang dikonsumsi. Sementara itu, beberapa konsumen mengaku baru mengetahui bahwa label halal ini sangat penting diberbagai produk, terkhusus produk hewani, banyak yang memandang bahwa label halal hanya untuk makanan dan minuman kemasan karena memiliki proses produksi yang dinilai kompleks. Hal ini menjadi pengetahuan baru bagi beberapa konsumen, bahwa dengan adanya sertifikasi halal pada produk seperti daging ayam, mereka memiliki kepercayaan dan rasa aman, serta tidak lagi ragu-ragu mengenai kebersihan dan kehalalan produk tersebut.

Urgensi sertifikasi halal merupakan suatu hal yang tidak sekedar kewajiban administratif melainkan sebuah mekanisme perlindungan konsumen dan pemenuhan prinsip *Maqashid al-Syariah* dengan implikasi terhadap proses penyembelihan, penanganan, kebersihan, dan distribusi yang dikonfirmasi telah memenuhi standar syariah (Fenitra et al., 2024). Integritas halal mengharuskan transparansi status halal sepanjang rantai pasok dari bahan baku hingga konsumen, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap kebersihan dan kepatuhan syariah (Maryasa & Linarti, 2023). Fokus pada proses produksi (kebersihan, sanitasi, label yang jelas, dan pelaksanaan sistem jaminan halal) dipandang lebih dekat dengan persepsi konsumen mengenai kehalalan dibandingkan kepatuhan formal saja, sehingga edukasi dan komunikasi publik perlu memperkuat peran sertifikasi sebagai jaminan proses (Oktaviany, 2024). Seluruh proses ini mendorong integrasi eksternal, sistem penjaminan halal, dan pelabelan serta jejak rantai pasok untuk memperkuat integritas produk ayam di pasar dan menurunkan keraguan konsumen (Maharani et al., 2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan studi kasus kualitatif di Pasar Lakessi Kota Parepare yang melibatkan 20 informan (8 penjual, 10 konsumen, dan 2 perwakilan instansi pemerintah), penelitian ini menegaskan bahwa isu halal pada daging ayam di pasar tradisional tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan syariah, tetapi juga menyangkut kepastian regulasi dan perlindungan konsumen pada titik jual. Terdapat beberapa temuan pokok dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Praktik penjualan daging ayam di Pasar Lakessi umumnya dilakukan melalui dua pola. Sebagian penjual mengambil pasokan dari rumah potong yang dianggap terpercaya, sementara sebagian lain melakukan pemotongan sendiri dengan mengupayakan tata cara penyembelihan sesuai Islam. Praktik higienitas dasar (pembersihan alat, penutupan daging menggunakan plastik, dan penggunaan es untuk menjaga kesegaran) juga telah menjadi perhatian penjual.
2. Sistem penjaminan halal pada praktik nyata masih sangat bergantung pada asumsi kepercayaan (trust-based) dan verifikasi visual oleh konsumen. Konsumen kerap menjadikan keterlihatan proses pemotongan serta indikator kebersihan sebagai ukuran praktis, tetapi pada saat yang sama mereka tidak dapat memastikan status halal secara penuh ketika sertifikasi tidak tersedia.
3. Urgensi sertifikasi halal dinilai tinggi oleh penjual, konsumen, dan pemerintah, tetapi kepatuhan belum optimal karena hambatan pemahaman dan akses. Banyak penjual telah mendengar sertifikasi halal namun keliru memahami bahwa kewajiban tersebut hanya untuk usaha skala besar, serta menganggap sertifikasi sekadar formalitas. Di sisi lain, mereka menyatakan minat untuk mengurus sertifikasi bila ada pendampingan, terutama karena ketidakpahaman prosedur dan kekhawatiran biaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akim, A., Konety, N., Purnama, C., & Korina, L. C. (2019). The Shifting of Halal Certification System in Indonesia: From Society-Centric to State-Centric. *Mimbar Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 35(1), 115-126. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v35i1.4223>.
- Alhidayatullah, A. (2023). Optimalisasi Pembuatan Nomor Induk Berusaha Dan Sertifikat Halal Bagi Umkm. *Jurnal Abdimas Sang Buana*, 4(2), 55. <https://doi.org/10.32897/abdimasusb.v4i2.2800>.
- Annabi, C. A., & Ibidapo-Obe, O. O. (2017). Halal Certification Organizations in the United Kingdom. *Journal of Islamic Marketing*, 8(1), 107-126. <https://doi.org/10.1108/jima-06-2015-0045>.
- Anzellyta, T., & Fittria, A. (2022). The Effectiveness of the Halal Product Guarantee Law on Business Awareness in Registration of Halal Certification in Indonesia. *Walisongo Law Review (Walrev)*, 4(1), 97-120. <https://doi.org/10.21580/walrev.2022.4.1.11272>.

- Asro, M., & Sofyan, A. S. (2022). Enhancing Legal Certainty and Institutional Models for Halal Certification in Indonesia's Food and Beverage Sector. *Al-Muamalat Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 124–134. <https://doi.org/10.15575/am.v8i2.44160>.
- Demirci, M. N., Soon, J. M., & Wallace, C. A. (2016). Positioning Food Safety in Halal Assurance. *Food Control*, 70, 257–270. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2016.05.059>.
- Effendi, K. A., Mukhlis, T. I., Padmanegara, O. H., & Widajatun, V. W. (2023). Analisis Transformasi Halal Awareness Dan Teknologi Blockchain Terhadap Penguatan Halal Value Chain Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3275. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10383>.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.
- Faridah, H. D. (2019). Halal Certification in Indonesia; History, Development, and Implementation. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78>.
- 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>.
- Fenitra, R. M., Balqiah, T. E., Astuti, R. D., Prabowo, H., & Hati, S. R. H. (2024). Advancing the Consumer Behaviour Theory in Halal Food: Review Literature and Directions for Future Research. *Journal of Islamic Marketing*, 15(11), 3195–3222. <https://doi.org/10.1108/jima-05-2023-0141>.
- Gunawan, S., Juwari, J., Aparamarta, H. W., Darmawan, R. M. A., & Rakhmawati, N. A. (2021). Pendampingan Berkelanjutan Sistem Jaminan Halal Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Sewagati*, 5(1), 8. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v5i1.8120>.
- Haleem, A., & Khan, M. I. (2017). Towards Successful Adoption of Halal Logistics and Its Implications for the Stakeholders. *British Food Journal*, 119(7), 1592–1605. <https://doi.org/10.1108/bfj-12-2016-0637>.
- Hermawan, A. (2020). Consumer Protection Perception of Halal Food Products in Indonesia. *Kne Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i9.7329>.
- Hidayati, J., Vamelia, R., Hammami, J., & Endri, E. (2023). Transparent Distribution System Design of Halal Beef Supply Chain. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(1), 31–40. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2022.12.003>.
- Hudaefi, F. A., & Jaswir, I. (2019). Halal Governance in Indonesia: Theory, Current Practices, and Related Issues. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(1), 89–116. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i1.1049>.
- Ibrahim, M. Y., Fauzi, U., Fadillah, N., & Satifa, S. A. (2023). The Transformation of Halal Certification Regulations in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 183–195. <https://doi.org/10.37058/jes.v8i2.8463>.
- Ikomatussuniah, I., & Sariyah, S. (2023). Konstruksi Sosial Hambatan Implementasi Peran Serta Masyarakat Dalam Penyelenggaraan Jaminan Halal Pangan Lokal Dan Perlindungan Konsumen: Penelitian Sosial Legal Terhadap Inovasi Makanan Halal Di Provinsi Banten. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 3(2), 39–50. <https://doi.org/10.30653/ijma.202332.86>.

- 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>.
- Javeed, A., Mokhtar, S. S. M., & Ismail, B. L. O. (2018). Conceptualizing the Relation Between Halal Logo, Perceived Product Quality and the Role of Consumer Knowledge. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 727–746. <https://doi.org/10.1108/jima-02-2017-0019>.
- Karia, N. (2019). Halal Logistics: Practices, Integration and Performance of Logistics Service Providers. *Journal of Islamic Marketing*, 13(1), 100–118. <https://doi.org/10.1108/jima-08-2018-0132>.
- Khan, A., Arafat, M. Y., & Azam, M. K. (2020). Role of Halal Literacy and Religiosity in Buying Intention of Halal Branded Food Products in India. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 287–308. <https://doi.org/10.1108/jima-08-2019-0175>.
- Maharani, S. N., Nurhandayani, A., & Putri, D. M. (2023). Reconstruction of SCM Performance Measurement Model for Halal Industry. *Kne Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i13.13743>.
- Mardiantari, A., Dwilestari, I., & Ibrahim, M. M. (2023). Penyuluhan Proses Sertifikasi Halal Pada Pelaku UMKM Kota Metro. *Pasai Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 09–15. <https://doi.org/10.58477/pasai.v2i2.125>.
- Maryasa, Y., & Linarti, U. (2023). Conceptual Model of Blockchain Technology for Chicken Meat Supply Chain in Yogyakarta City. *Sistemasi*, 12(1), 123. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v12i1.2390>.
- Masitah, Puspita, E. A., & Wiriani, E. (2024). Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sertifikasi Halal Gratis Melalui Mekanisme Self-Declare. *Jurnal Emt Kita*, 8(4), 1665–1688. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i4.3389>.
- Masruroh, N. (2020). The Competitiveness of Indonesian Halal Food Exports in Global Market Competition Industry. *Economica Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 25–48. <https://doi.org/10.21580/economica.2020.11.1.3709>.
- Mohammad, M. F. M. (2021). The Pengaturan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Di Indonesia. *Kertha Wicaksana*, 15(2), 149–157. <https://doi.org/10.22225/kw.15.2.2021.149-157>.
- Oktaviany, M. (2024). Pentingnya Sertifikasi Halal Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Produk Makanan Halal. *Eqien Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13(02), 202–210. <https://doi.org/10.34308/eqien.v13i02.1794>.
- Pangestu, D. R., Addury, M. M., & GH, N. H. (2022). Jaminan Konsumsi Halal Pada Jual Beli Ayam Potong Di Pasar Lakessi Kota Parepare. *Diktum Jurnal Syariah Dan Hukum*, 20(2), 297–305. <https://doi.org/10.35905/diktum.v20i2.3634>.
- Rafiki, A., & Wahab, K. A. (2016). The Human Capital and the Obtainment of Halal Certification. *Journal of Islamic Marketing*, 7(2), 134–147. <https://doi.org/10.1108/jima-03-2014-0020>.
- Randeree, K. (2019). Challenges in Halal Food Ecosystems: The Case of the United Arab Emirates. *British Food Journal*, 121(5), 1154–1167. <https://doi.org/10.1108/bfj-08-2018-0515>.
- Rashid, N. A., & Bojei, J. (2019). The Relationship Between Halal Traceability System Adoption and Environmental Factors on Halal Food Supply Chain Integrity in

- Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 117–142. <https://doi.org/10.1108/jima-01-2018-0016>.
- Rumnah, R., Hamidah, H., & Marsiah, M. (2022). Makanan Dan Minuman Yang Baik Dan Halal Menurut Islam. *Cendekia Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 2(3), 223–231. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v2i3.1452>.
- Sahhari, A. S. A. (2025). Balancing Regulatory Efficiency and Halal Integrity: A Governance Analysis of Indonesia's Self-Declaration System in Halal Certification. *Jurnal Indo-Islamika*, 15(1), 153–172. <https://doi.org/10.15408/jii.v15i1.47043>.
- Saifuddin, W. A., & 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>.
- Salsabila, A., Ramadanti, N. S., & Safitri, R. D. (2024). Pendampingan Proses Pendaftaran Sertifikasi Halal Di Desa Gejlig Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan. *Jumat Ekonomi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 105–107. <https://doi.org/10.32764/abdimatekon.v4i2.4585>.
- Silalahi, S. A. F., Fachrurazi, F., & Fahham, A. M. (2021). Factors Affecting Intention to Adopt Halal Practices: Case Study of Indonesian Small and Medium Enterprises. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1244–1263. <https://doi.org/10.1108/jima-05-2020-0152>.
- Wati, S. (2025). Development of Halal Slaughterhouse as an Effort to Strengthen the Halal Supply Chain Through a Collaborative Governance Approach. *Amorti Jurnal Studi Islam Interdisipliner*, 169–173. <https://doi.org/10.59944/amorti.v4i4.504>.
- Wibiksana, R. A. Y., & Sumiyati, Y. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Produk Minuman Wine Mengandung Alkohol Yang Memiliki Label Halal Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. *Bandung Conference Series Law Studies*, 4(2), 880–885. <https://doi.org/10.29313/bcsls.v4i2.12653>.
- Wilfi Tizka Sari, & Abdur Rohman. (2025). The Influence of Sharia Screening (Business Sector, Leverage, and Financial Ratios) on Investment Decisions. *Al-Iffah: Journal of Islamic Sciences Research*, 1(4), 180–187. <https://doi.org/10.61166/iffah.v1i4.18>.
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1). <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>.
- Zaman, S., Aziz, A., & Bari, L. (2024). Effectiveness of Nonchlorine Sanitizer in Reducing Pathogens of Wet Market Poultry Settings. *Journal of Food Processing and Preservation*, 2024, 1–8. <https://doi.org/10.1155/2024/8899191>.