



Merek Logo Halal dalam Rangka Menjamin Kehalalan suatu Produk dan Meningkatkan Nilai Tambah bagi Pelaku Usaha untuk Memproduksi dan Menjual Halal

Agung Sujatmiko¹, Abdus Shomad², Ari Kurniawan³ & Mochamad Kevin Romadhona⁴

^{1,2,3} Fakultas Hukum, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia, 60286

⁴ Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia, 60286

E-mail: agung.sujatmiko@fh.unair.ac.id¹, abd.shomad@fh.unair.ac.id², ari@fh.unair.ac.id³,
kevin.romadhona@staf.unair.ac.id⁴

RIWAYAT ARTIKEL

Received: 2025-04-27

Revised : 2025-05-23

Accepted: 2025-05-24

KEYWORD

Trademark

Halal

MSMe

Logo

KATA KUNCI

Hak Merek

Halal

UMKM

Logo

ABSTRACT

Objective: To enhance public literacy and awareness about registering new halal brands and logos in order to ensure the halal status of a product and increase added value for entrepreneurs in producing and selling halal products. Maximizing and registering new halal brands and logos officially issued by the government will help boost the economy of the community, especially MSMEs. Method: The first step involves conducting surveys and consultations with relevant stakeholders, then educating and informing the public about the new logo and its application, as well as providing tutorials on how to implement the new logo. Results Trademark rights are an important part of Intellectual Property Rights (IPR) in the world of commerce and serve as a tool to win competition in capturing the consumer market. Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) hold the key to differentiating similar goods and services and obtaining legal protection. Legal protection for trademarks is urgent and serves an economic function. The registration of the trademark is carried out considering the constitutive system. Ijtihad is needed for changes in the social life of the community, whether sudden or gradual.

ABSTRAK

Tujuan Pengabdian: Meningkatkan literasi dan kesadaran masyarakat untuk mendaftarkan merek dan logo halal baru dalam rangka untuk menjamin kehalalan suatu produk dan meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal. Memaksimalkan dan mendaftarkan merek dan logo halal baru yang resmi dikeluarkan oleh pemerintah akan membantu meningkatkan perekonomian masyarakat, khususnya UMKM Metode: Langkah pertama melibatkan melakukan survei dan konsultasi dengan pemangku kepentingan yang relevan, kemudian mendidik dan memahami tentang logo baru dan penerapannya kepada masyarakat, serta menyediakan tutorial tentang cara menerapkan logo baru tersebut. Hasil Hak merek adalah bagian Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang penting dalam dunia perdagangan dan berfungsi sebagai alat untuk memenangkan persaingan dalam merebut pasar konsumen. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) megang untuk membedakan barang dan jasa sejenis dan mendapat perlindungan hukum. Perlindungan hukum terhadap merek adalah urgen, dan berfungsi ekonomis. Pendaftaran merek tersebut dilakukan mengingat sistem konstitutif. Ijtihad dibutuhkan perubahan kehidupan sosial masyarakat baik mendadak atau secara perlahan.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian ASEAN, berkontribusi sekitar 96 persen terhadap struktur ekonomi kawasan (Permata, Safiranita, & Utama, 2019). UMKM juga sangat penting bagi masyarakat, menyediakan peluang kerja, seperti yang terlihat dari 62 juta UMKM di Indonesia yang menyerap 116 juta tenaga kerja. Dalam konteks perekonomian nasional, peran UMKM sangat signifikan, dengan kontribusi sebesar 99,9 persen dari total jumlah usaha dan menyerap 97 persen tenaga kerja.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2018 terdapat sekitar 64,2 juta unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Jumlah ini mencakup 99,9 persen dari seluruh usaha yang ada di Indonesia. UMKM juga memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional, yakni sebesar 60,3 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Selain itu, UMKM menyerap sekitar 97 persen tenaga kerja dan menciptakan sekitar 99 persen peluang kerja di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan UMKM sangat penting dalam menyediakan lapangan pekerjaan, menyerap tenaga kerja, serta berkontribusi terhadap pembentukan PDB nasional (Utami, 2021). Di tingkat daerah, khususnya di Jawa Timur, UMKM juga memiliki peran penting. Di Mojokerto, misalnya, pada tahun 2019 kontribusi UMKM terhadap perekonomian daerah mencapai sekitar 56,90 persen atau sekitar 4,22 triliun rupiah (Romadhona, 2022). Data ini menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya penting bagi perekonomian nasional, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi daerah secara signifikan.

Salah satu kunci keberhasilan UMKM terletak pada kemampuan membangun citra merek yang kuat, termasuk penggunaan logo halal. Citra merek atau deskripsi merek adalah gambaran mengenai bagaimana konsumen melihat dan memahami suatu merek, yang terbentuk melalui berbagai asosiasi dan kepercayaan mereka terhadap merek tersebut (Santoso & Tjiptono, 2001). Menurut Kotler, citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dimiliki oleh konsumen, yang terbentuk dari pengalaman mereka dan terekam dalam ingatan sebagai asosiasi yang berkaitan dengan suatu merek (Kotler & Keller, 2005).

Saat ini, pemilik usaha berlomba-lomba untuk membangun merek mereka (Romadhona, Khasanah, Ariadi, Kinasih, & Tjitrawati, 2023), mendaftarkan nama merek, dan menggunakan logo halal resmi

yang diterbitkan oleh pemerintah. Hal ini karena citra merek yang kuat di mata publik dapat secara signifikan meningkatkan keputusan pembelian dan memastikan perlindungan hukum. Menurut Robert Brauneis (Brauneis, 2009), merek adalah konsep pemasaran yang menggabungkan tanda atau simbol dengan asosiasi konsumen terhadap tanda tersebut (Romadhona, Subagyono, & Agustin, 2022). Merek merupakan faktor kunci yang mempengaruhi keputusan konsumen saat membeli produk atau jasa. Oleh karena itu, penting untuk melindungi hak merek yang terkait dengan branding. Perlindungan merek didasarkan pada sifat eksklusif hak merek (Sujatmiko, Romadhona, & Saraswati, 2025). Hak eksklusif ini memungkinkan pemilik merek untuk memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakan merek tersebut melalui perjanjian lisensi.

Banyak usaha kecil dan menengah (UKM), terutama di kawasan Banjarsari Mojokerto, menghadapi tantangan seperti belum mendaftarkan merek dagang mereka dan tidak mengetahui logo halal resmi baru yang diperkenalkan oleh pemerintah. Selain itu, mereka juga kurang memahami prosedur pendaftaran merek dagang dan proses memperoleh logo halal baru, yang memerlukan perhatian khusus (Sujatmiko, Haq, Romadhona, & Antons, 2024). Salah satu cara untuk mengatasi masalah ini adalah melalui kampanye penyuluhan, serta membantu UMKM dalam mendaftarkan merek dagang dan logo halal resmi yang dikeluarkan oleh pemerintah. Namun, pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai pendaftaran merek dagang dan logo halal masih sangat terbatas. Inisiatif layanan masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi pemilik usaha dalam memastikan bahwa produk yang mereka jual kepada masyarakat memenuhi standar halal.

2. Metode

- a. Pertama dilakukan survey dan perijinan terkait dengan topik yang diangkat;
- b. Kemudian melakukan literasi dan pemahaman tentang merek dan logo halal baru kepada masyarakat;
- c. Memberikan tutorial terkait cara melakukan pendaftaran merek dan logo halal baru. Berikut contoh tutorial dalam melakukan pendaftaran logo halal baru.

Langkah pertama yang perlu dilakukan pemilik usaha, baik itu usaha mikro, kecil, menengah, maupun besar, adalah mengajukan permohonan

awal untuk mendapatkan sertifikasi halal. Permohonan ini dilakukan dengan cara mendaftarkan secara online melalui laman resmi BPJPH di <https://ptsp.halal.go.id>. Dalam proses pendaftaran ini, pemilik usaha harus melengkapi dan mengunggah dokumen-dokumen pendukung, seperti informasi identitas pemilik usaha, nama dan jenis produk yang diajukan, daftar lengkap produk dan bahan baku yang digunakan, penjelasan mengenai proses produksi, serta dokumen yang menunjukkan penerapan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Semua dokumen ini menjadi persyaratan penting agar permohonan dapat diproses sesuai ketentuan yang berlaku.

BPJPH akan memeriksa dokumen yang diajukan untuk memastikan kelengkapannya. Jika semua dokumen telah lengkap, BPJPH akan memberitahu operator usaha untuk memilih Lembaga Pengawasan Halal (LPH). Saat ini, terdapat tiga LPH yang tersedia dalam sistem, termasuk LPPOM MUI. Langkah ini biasanya memakan waktu sekitar dua hari kerja.

Setelah Anda memilih LPH, lembaga tersebut akan melakukan inspeksi dan pengujian untuk memverifikasi status halal produk yang terdaftar. Proses inspeksi dan pengujian ini biasanya memakan waktu sekitar 15 hari kerja.

Mendapatkan Sertifikat Halal, Setelah proses inspeksi selesai dan produk dinyatakan halal, LPH menyerahkan hasil inspeksinya kepada MUI untuk keputusan fatwa halal melalui sidang fatwa. Proses ini biasanya memakan waktu tiga hari kerja. Secara bersamaan, hasil inspeksi dan pengujian LPH juga dikirimkan ke BPJPH untuk sertifikasi halal. Jika komite fatwa MUI mengonfirmasi bahwa produk tersebut halal, BPJPH akan menerbitkan sertifikat halal, yang umumnya memakan waktu sekitar satu hari kerja (Subagyono, Chumaida, & Romadhona, 2022).

Selain itu, berikut contoh informasi mengenai pendaftaran merek

- a. Penelusuran merek
- b. Klasifikasi barang dan jasa dalam pendaftaran merek
- c. Permohonan pendaftaran merek
- d. Prosedur permohonan pendaftaran merek
- e. Pengumuman dalam berita resmi merek
- f. Pemeriksaan substantif merek
- g. Penerbitan sertifikat merek

Ace menjelaskan bahwa penerbitan logo halal diwajibkan oleh Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang mewajibkan Badan Jaminan Produk Halal (BPJPH)

untuk merancang logo halal yang diakui secara Nasional. Mengenai perbedaan interpretasi publik terhadap logo tersebut, Ace menyatakan bahwa perbedaan tersebut bergantung pada perspektif masing-masing individu. Ia juga menyebutkan bahwa aksara Arab dalam logo halal terbaru mengintegrasikan unsur-unsur kebijaksanaan lokal yang mencerminkan budaya Indonesia.

Selain itu, meskipun Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) telah diundangkan, perlindungan hukum bagi konsumen Muslim terkait produk makanan dan minuman halal belum sepenuhnya diterapkan (Romadhona, Oktafenanda, & Kinasih, 2024). Hal ini disebabkan karena Undang-Undang tersebut belum sepenuhnya berlaku, karena implementasinya baru akan dimulai lima tahun setelah pengesahannya pada tahun 2019. Menurut Pasal 66 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, ketentuan Undang-Undang dan peraturan perundang-undangan yang diterbitkan sebelum berlakunya Undang-Undang ini tetap berlaku, selama tidak bertentangan dengan ketentuan Undang-Undang Jaminan Produk Halal.

Saat ini, masih banyak produk makanan dan minuman, baik yang diproduksi di dalam negeri maupun yang berasal dari luar negeri, yang belum mencantumkan label atau sertifikat halal resmi pada kemasannya. Selain itu, keaslian dari beberapa sertifikat halal yang sudah ada juga sering diragukan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepatuhan pelaku usaha terhadap peraturan sertifikasi halal masih rendah. Artinya, belum semua pelaku usaha memahami pentingnya sertifikat halal dan belum sepenuhnya mengikuti aturan yang berlaku untuk memastikan produknya aman dikonsumsi sesuai dengan prinsip halal.

3. Hasil

Perlindungan merek dagang sangat penting karena merek dagang tidak hanya membedakan antara barang dan/atau jasa yang serupa tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang signifikan. Kedua fungsi ini sangat vital bagi pemilik merek dagang. Peran merek dagang sebagai ciri pembeda sangat penting dalam pemasaran barang dan/atau jasa. Produk atau jasa tanpa merek dagang akan kesulitan bersaing di pasar. Sebaliknya, produk atau jasa dengan merek dagang yang terkenal, yang diakui karena reputasi atau kualitasnya, akan memiliki keunggulan kompetitif dan lebih mungkin berhasil di pasar (Subagyono, Romadhona, Chumaida, Suheryadi, & Elkhatab, 2024).

Melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, pemerintah telah menginisiasi sistem pendaftaran merek dagang secara daring yang terintegrasi dengan beberapa negara di tingkat global, sehingga memberikan kemudahan akses bagi pelaku usaha dalam proses pendaftaran. Kewajiban pendaftaran merek ini didasarkan pada prinsip konstitutif (*first-to-file*), yang menekankan bahwa perlindungan hak merek hanya diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan merek tersebut secara resmi (Suhariono, Romadhona, Yanuardi, & Nampira, 2022). Dengan demikian, apabila suatu merek tidak didaftarkan, negara tidak akan memberikan perlindungan hukum atas merek tersebut, sehingga pihak lain dapat mendaftarkannya dan memperoleh hak eksklusif.

Namun demikian, masih banyak pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang belum mendaftarkan merek dagang mereka, yang sebagian besar disebabkan oleh keterbatasan pemahaman terhadap prosedur pendaftaran. Di samping pendaftaran merek, UKM juga perlu mengurus sertifikasi halal dengan menggunakan logo halal resmi yang dikeluarkan oleh pemerintah, guna memastikan kepatuhan terhadap standar halal dan meningkatkan nilai tambah produk (Romadhona, Kurniawan, Sabrie, & Agustin, 2022).

Pemerintah telah memperkenalkan logo Halal Indonesia baru yang berlaku secara Nasional. Hal ini diatur dalam Keputusan Kepala Badan Jaminan Halal Produk (BPJPH) Nomor 40 Tahun 2022 tentang Penetapan Label Halal, sesuai dengan Pasal 37 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Halal Produk. Kementerian Agama (Kemenag) telah mengalihkan kewenangan penerbitan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) kepada BPJPH. Menteri Agama Yaqut Cholil Qoumas mengumumkan bahwa label halal yang diterbitkan oleh MUI akan secara bertahap menjadi tidak berlaku, karena label Halal Indonesia yang resmi—yang ditetapkan oleh BPJPH—akan menggantikannya secara nasional mulai Maret 2022, sesuai dengan Keputusan BPJPH Nomor 40 Tahun 2022. Ia menekankan bahwa sertifikasi halal merupakan tanggung jawab pemerintah, bukan tugas organisasi masyarakat (Sujatmiko, Romadhona, Keizer, & Antons, 2024).

Terpisah, Kepala BPJPH Muhammad Aqil Irham menjelaskan bahwa kebijakan penyesuaian ini bertujuan untuk mendukung pelaku usaha selama transisi dari sertifikasi halal sukarela menjadi wajib. Aqil mencatat bahwa pemerintah menyadari realitas saat ini, seperti keberadaan kemasan produk yang masih menampilkan logo

halal MUI. Oleh karena itu, bagi pelaku usaha yang memproduksi kemasan baru, penggunaan logo Halal Indonesia harus sesuai dengan peraturan yang diperbarui.

Mastuki, Kepala Pusat Pendaftaran Sertifikasi Halal, memaparkan proses penyesuaian untuk implementasi nasional label Halal Indonesia. Ada dua kategori penyesuaian utama. Pertama, produk yang telah mendapatkan sertifikasi halal dari BPJPH per 1 Maret 2022 harus segera menampilkan label Halal Indonesia pada kemasannya, beserta nomor sertifikasi halal. Kedua, untuk produk yang telah mendapatkan sertifikasi halal dari BPJPH sebelum 1 Maret 2022, perusahaan harus memilih salah satu dari dua opsi: (a) menggunakan label Halal Indonesia pada kemasan baru, atau (b) menggunakan stok kemasan yang masih ada yang menampilkan logo halal MUI, setelah itu label Halal Indonesia harus diterapkan. Ketentuan ini sejalan dengan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Sertifikasi Produk Halal. Secara khusus, Pasal 169 memperbolehkan penggunaan logo halal MUI sebelumnya hingga lima tahun sejak berlakunya peraturan ini pada Februari 2021—artinya hingga 2026. Setelah stok kemasan habis atau sertifikasi halal MUI kadaluwarsa, pelaku usaha wajib menggunakan label Halal Indonesia sesuai dengan Keputusan BPJPH Nomor 40 Tahun 2022.

Aqil juga menekankan bahwa desain logo halal baru mencerminkan nilai-nilai budaya Indonesia. Desain tersebut menggabungkan bentuk dan pola yang terinspirasi dari warisan budaya lokal, menciptakan identitas visual yang khas untuk Halal Indonesia. Logo Halal Indonesia terdiri dari dua elemen utama: bentuk gunung dan motif yang menyerupai surjan atau lurik gunung dari wayang kulit (*wayang kulit*), membentuk piramida yang mengarah ke atas. Aqil menjelaskan bahwa bentuk gunung melambangkan kehidupan manusia, sedangkan pola tersebut membentuk kaligrafi Arab yang menuliskan kata “Halal” dengan menggabungkan huruf Lam, Alif, dan Lam dalam aliran yang terus menerus.

Namun, logo halal yang baru diperkenalkan masih perlu dipublikasikan secara luas. Wakil Ketua Komisi VIII Dewan Perwakilan Rakyat, Ace Hasan Syadzily, mendesak Kementerian Agama untuk mempromosikan logo halal baru agar lebih dikenal oleh masyarakat. Ace menekankan pentingnya upaya ini, karena banyak orang belum terbiasa membaca huruf Arab. Ia menjelaskan bahwa meskipun individu yang familiar dengan huruf Arab dapat dengan mudah mengenali tulisan

tersebut sebagai tanda “halal,” mereka yang tidak familiar mungkin kesulitan memahaminya. Oleh karena itu, kampanye kesadaran publik yang komprehensif diperlukan untuk memperkenalkan logo tersebut secara lebih luas.

Meskipun demikian, logo halal yang baru diperkenalkan masih perlu dipromosikan secara luas. Wakil Ketua Komisi VIII Dewan Perwakilan Rakyat, Ace Hasan Syadzily, mendesak Kementerian Agama untuk secara aktif mempromosikan logo halal baru guna meningkatkan kesadaran masyarakat. Ace mencatat bahwa logo halal perlu dipromosikan karena masih belum familiar, terutama bagi mereka yang tidak terbiasa membaca huruf Arab. Meskipun orang yang familiar dengan huruf Arab dapat dengan mudah mengenali tulisan tersebut sebagai tanda “halal,” hal ini dapat menyulitkan bagi mereka yang tidak familiar dengan huruf Arab. Oleh karena itu, Ace menekankan pentingnya mempromosikan logo tersebut secara aktif kepada masyarakat luas.

4. Diskusi

Tantangan yang dihadapi oleh banyak usaha kecil dan menengah (UKM), terutama di kawasan Banjarsari Mojokerto, dapat diatasi melalui beberapa pendekatan, termasuk pembinaan dan fasilitasi pendaftaran merek halal dan logo halal baru yang secara resmi diterbitkan oleh pemerintah. Namun, pemahaman dan kesadaran masyarakat mengenai pendaftaran merek halal dan logo halal masih terbatas dan belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Pada kenyataannya, pendaftaran merek dagang dan penggunaan logo halal baru yang diterbitkan oleh pemerintah memiliki potensi besar untuk memastikan status halal produk dan meningkatkan nilai tambah bagi usaha yang bergerak di bidang produksi dan penjualan barang halal. Potensi merek dagang dan logo halal ini seharusnya berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, terutama bagi usaha kecil di wilayah Mojokerto. Namun, penerapan sebenarnya dari merek halal dan logo halal ini masih kurang dimanfaatkan dan kurang dikenal, sehingga manfaat sertifikasi halal belum sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat luas. Oleh karena itu, inisiatif layanan masyarakat telah diluncurkan untuk meningkatkan literasi dan kesadaran masyarakat tentang pendaftaran merek halal dan logo halal baru, melalui tahap-tahap berikut:

a. Kampanye kesadaran dan upaya pendidikan sangat diperlukan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya mengadopsi merek dan logo halal baru yang

secara resmi diterbitkan oleh pemerintah. Inisiatif ini bertujuan untuk memastikan bahwa logo tersebut berfungsi sebagai jaminan status halal suatu produk sekaligus meningkatkan nilai tambah bagi bisnis yang memproduksi dan menjual barang-barang bersertifikat halal.

- b. Meningkatkan kesadaran masyarakat dengan mendorong komunitas untuk mendaftarkan merek dan logo halal baru yang secara resmi diterbitkan oleh pemerintah.
- c. Membantu masyarakat dalam proses pendaftaran merek dan logo halal baru.

Landasan Syariah Seritikasi Halal

Menjelajahi konsep halal tidak dapat dipisahkan dari studi tentang Islam, karena istilah ini berasal dari tradisi Islam. Islam, sebagai agama, menyediakan kerangka panduan komprehensif yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan di dunia ini dan kesuksesan di akhirat. Kerangka ini mencakup tiga dimensi inti: Aqidah, Syariah, dan Akhlak.

Aqidah berfungsi sebagai unsur dasar dan titik awal dalam memeluk agama Islam. Syariah, sebagai kumpulan ajaran dan prinsip hukum, tidak dipandang sebagai sistem yang mutlak atau kaku, melainkan sebagai representasi dinamis dan multifaset dari nilai-nilai sosial, ekonomi, moral, pendidikan, intelektual, dan budaya (Hallaq, 2009). Syariah berfungsi sebagai sistem norma yang mengatur interaksi manusia dengan Allah (Ibadah), dengan sesama manusia, dan dengan lingkungan (Muamalah). Dalam pemikiran Islam, Ibadah merujuk pada hubungan antara manusia dan Allah, sekaligus mencakup interaksi antarindividu dalam masyarakat. Akhlaq, di sisi lain, dipahami sebagai sifat karakter yang tertanam dalam jiwa, dari mana tindakan muncul secara alami tanpa perlu pertimbangan sebelumnya (Humaidi, 1990).

Tujuan utama dari penerapan Syariah adalah untuk menciptakan kemaslahatan atau kebaikan bagi umat manusia secara keseluruhan. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh al-Syathibi al-Maliki, yang menjelaskan bahwa Syariah ditetapkan untuk kemaslahatan para hamba Allah, baik di dunia maupun di akhirat (Shomad, 2013). Penerapan Syariah sendiri diarahkan oleh prinsip-prinsip utama yang dikenal sebagai maqashid syariah, yaitu tujuan-tujuan mendasar yang mencakup perlindungan agama (hifzh al-din), perlindungan jiwa (hifzh al-nafs), perlindungan akal (hifzh al-aql), perlindungan terhadap keturunan dan kehormatan (hifzh al-nasl), serta perlindungan terhadap harta benda (hifzh al-maal). Prinsip-prinsip ini menjadi landasan penting dalam

penerapan berbagai aturan dalam Syariah untuk mencapai kesejahteraan umat manusia secara menyeluruh.

Aqidah berfungsi sebagai landasan fundamental yang harus ditegakkan sebelum seseorang dapat mempraktikkan Syariah. Setelah Syariah diterapkan, diharapkan hal ini akan membawa pada pengembangan karakter moral yang baik, yang pada gilirannya bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Mencapai masalah (kepentingan umum) memerlukan ketaatan yang konsisten terhadap prinsip-prinsip Syariah, yang meliputi penerapan yang setia terhadap ajaran dan aturan-aturannya yang detail. Konsep ini didukung oleh firman Allah dalam Surah Al-Baqarah (2:208), yang menjadi landasan bagi konsep produk halal: “Masuklah ke dalam Islam dengan sepenuhnya dan janganlah mengikuti jejak setan. Sesungguhnya dia adalah musuhmu yang nyata.” Ayat lain yang secara khusus menekankan kewajiban untuk mematuhi Syariah adalah:

- a. Q.S. Annisa ayat 59: Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al Quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.
- b. Q.S. Al-Maidah ayat 44: Sesungguhnya Kami telah menurunkan Kitab Taurat di dalamnya (ada) petunjuk dan cahaya (yang menerangi), yang dengan Kitab itu diputuskan perkara orang-orang Yahudi oleh nabi-nabi yang menyerah diri kepada Allah, oleh orang-orang alim mereka dan pendeta-pendeta mereka, disebabkan mereka diperintahkan memelihara kitab-kitab Allah dan mereka menjadi saksi terhadapnya. Karena itu janganlah kamu takut kepada manusia, (tetapi) takutlah kepada-Ku. Dan janganlah kamu menukar ayat-ayat-Ku dengan harga yang sedikit. Barangsiapa yang tidak memutuskan menurut apa yang diturunkan Allah, maka mereka itu adalah orang-orang yang kafir.
- c. Q.S. Al-Maidah ayat 45: Dan Kami telah tetapkan terhadap mereka di dalamnya (At Taurat) bahwasanya jiwa (dibalas) dengan jiwa, mata dengan mata, hidung dengan hidung, telinga dengan telinga, gigi dengan gigi, dan luka luka (pun) ada kisasnya. Barangsiapa yang melepaskan (hak kisas) nya, maka melepaskan hak itu (menjadi) penebus dosa baginya.

Barangsiapa tidak memutuskan perkara menurut apa yang diturunkan Allah, maka mereka itu adalah orang-orang yang zalim.

- d. Q.S. Al-Maidah ayat 46: Dan Kami iringkan jejak mereka (nabi nabi Bani Israil) dengan Isa putera Maryam, membenarkan Kitab yang sebelumnya, yaitu: Taurat. Dan Kami telah memberikan kepadanya Kitab Injil sedang didalamnya (ada) petunjuk dan dan cahaya (yang menerangi), dan membenarkan kitab yang sebelumnya, yaitu Kitab Taurat. Dan menjadi petunjuk serta pengajaran untuk orang-orang yang bertakwa.
- e. Q.S. Al-Maidah ayat 47: Dan hendaklah orang-orang pengikut Injil, memutuskan perkara menurut apa yang diturunkan Allah didalamnya. Barangsiapa tidak memutuskan perkara menurut apa yang diturunkan Allah, maka mereka itu adalah orang-orang yang fasik.

Ketaatan terhadap prinsip-prinsip hukum dan syariah merupakan persyaratan dasar dalam semua aspek produksi barang dan jasa. Hal ini mencerminkan pandangan umat Islam, yang memandang Islam sebagai sistem aturan yang komprehensif yang mengatur perilaku manusia dalam setiap aspek kehidupan.

Peraturan yang mengatur produk halal sejalan dengan tujuan Syariah, yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan umum sebagai bagian dari implementasi maqashid syariah—melestarikan agama (hifzh al-din), melindungi kehidupan (hifzh al-nafs), melindungi akal (hifzh al-aql), menjaga martabat (hifzh al-nasl), dan memastikan kekayaan (hifzh al-maal). Dalam konteks penandaan halal, ijtihad sangat penting karena perubahan kondisi sosial yang terus berkembang dan kadang-kadang mendadak. Ketentuan hukum diperlukan untuk mengatasi perubahan tersebut, karena ijtihad berfungsi sebagai sumber hukum Islam. Konsep ilat sebab atau alasan mendasar suatu hukum menjelaskan bagaimana perubahan waktu dan tempat dapat menyebabkan perubahan dalam putusan hukum. Ijtihad juga memainkan peran krusial dalam membentuk keragaman pendapat hukum di kalangan ulama Islam, yang berkontribusi pada keberadaan berbagai mazhab pemikiran Islam.

Sertifikasi Halal

Istilah halal berasal dari kata Arab حلال (ḥalāl), yang menurut Imam Al-Ghazali berarti “diperbolehkan,” “dibebaskan,” atau “tidak terikat.” Secara etimologis, halal merujuk pada segala sesuatu yang diizinkan atau diperbolehkan untuk

digunakan atau dilakukan. Dalam penggunaan sehari-hari, halal umumnya merujuk pada makanan dan minuman yang diperbolehkan untuk dikonsumsi berdasarkan hukum Islam, berdasarkan jenis makanan dan cara memperolehnya. Sebuah produk halal didefinisikan sebagai produk yang telah disertifikasi sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah. Sertifikasi ini diberikan melalui proses Sertifikasi Produk Halal (SPH) serangkaian prosedur yang dirancang untuk memastikan status halal produk. Proses ini mencakup pengadaan bahan baku, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, distribusi, penjualan, dan penyajian produk. Bahan-bahan yang terlibat dalam proses produksi dapat mencakup bahan baku, bahan olahan, bahan tambahan, dan bahan pembantu.

Secara umum, bahan yang berasal dari hewan dianggap halal, kecuali jika secara jelas dilarang dalam ajaran Islam, seperti bangkai, darah, daging babi, atau hewan yang tidak disembelih sesuai dengan ketentuan syariat. Sementara itu, bahan-bahan dari tumbuhan juga dinyatakan halal, kecuali jika memiliki sifat memabukkan atau dapat membahayakan kesehatan ketika dikonsumsi. Untuk bahan-bahan yang diperoleh dari mikroorganisme atau melalui proses kimia, biologi, dan rekayasa genetika, hukumnya halal, selama dalam proses pengembangan, produksi, atau pengolahannya tidak melibatkan, mengandung, atau tercemar oleh bahan-bahan yang secara tegas dilarang oleh hukum Islam.

Lokasi, fasilitas, dan peralatan yang digunakan untuk mengolah produk halal (PPH) wajib dipisahkan secara penuh dari lokasi, fasilitas, dan peralatan yang digunakan untuk kegiatan seperti penyembelihan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, distribusi, penjualan, hingga penyajian produk non-halal. Pemisahan ini penting untuk mencegah terjadinya kontaminasi silang antara produk halal dan non-halal. Oleh karena itu, lokasi, fasilitas, dan peralatan untuk pengolahan produk halal harus memenuhi standar tertentu dan hanya digunakan untuk produk yang telah dijamin kehalalannya, sehingga dapat menjaga kepercayaan konsumen dan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam:

- a. dijaga kebersihan dan higienitasnya;
- b. bebas dari najis; dan
- c. bebas dari Bahan tidak halal

Berdasarkan Pasal 68 Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019, produk yang memerlukan sertifikasi halal secara umum dibagi menjadi dua kelompok utama: barang dan jasa. Barang yang

memerlukan sertifikasi halal meliputi makanan dan minuman, obat-obatan, kosmetik, produk kimia, produk biologis, dan produk rekayasa. Hal ini juga mencakup barang yang digunakan, dimanfaatkan, atau dikonsumsi—terutama yang mengandung bahan asal hewan—seperti pakaian, aksesoris, barang rumah tangga, kemasan makanan dan minuman, alat tulis dan perlengkapan kantor, serta peralatan kesehatan. Jasa yang wajib memperoleh sertifikasi halal meliputi penyembelihan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, distribusi, penjualan, dan penyajian.

Merek sebagai Pembeda Barang dan atau Jasa

Merek dagang adalah suatu tanda yang dapat diwakili secara grafis, misalnya berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, kombinasi warna, baik dalam bentuk dua dimensi maupun tiga dimensi, serta dapat pula berupa suara, hologram, atau gabungan dari dua atau lebih unsur tersebut. Fungsi utama merek dagang adalah untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh suatu individu atau badan hukum dengan barang dan/atau jasa lain dalam kegiatan perdagangan. Hak atas merek dagang merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek, yang bertujuan untuk membedakan suatu produk atau layanan dari produk atau layanan lain yang mungkin memiliki kemiripan. Barang yang serupa tidak harus identik, tetapi dapat berbeda berdasarkan tujuan penggunaannya, metode produksinya, atau faktor lain. Merek dagang diterapkan pada produk yang diciptakan oleh pemiliknya. Untuk produk yang ditujukan untuk konsumen Muslim, produk tersebut juga harus halal.

Agar pemilik merek dapat menjalankan haknya, merek tersebut harus terlebih dahulu didaftarkan, karena perlindungan hukum terhadap merek hanya diberikan melalui proses pendaftaran resmi. Ketentuan ini sesuai dengan prinsip konstitutif yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut “Undang-Undang Merek”). Supaya permohonan pendaftaran dapat diterima, pemohon wajib memenuhi seluruh persyaratan yang telah ditentukan dalam Undang-Undang tersebut.

Perolehan Sertifikat Hak Merek

Berdasarkan sistem konstitutif yang ditetapkan oleh Undang-Undang Merek (UUM) yang berlaku, sertifikat merek hanya diberikan setelah pemilik merek mengajukan permohonan pendaftaran dan

permohonan tersebut disetujui sesuai dengan prosedur yang ditetapkan. Dalam sistem ini, pendaftaran merek adalah wajib dan tidak dapat diabaikan. Tanpa pendaftaran, merek dagang tidak mendapatkan perlindungan negara. Artinya, jika pihak lain menggunakan merek dagang yang sama, mendaftarkannya, dan permohonannya disetujui, pemegang merek dagang asli tidak memiliki perlindungan hukum dari negara. Prinsip ini didasarkan pada aturan “first to file”, di mana perlindungan hukum diberikan kepada pihak yang mendaftarkan merek dagang terlebih dahulu, bukan kepada pihak yang pertama kali menggunakannya.

Agar pendaftaran suatu merek diterima, maka harus memenuhi persyaratan yang ada dalam Pasal 20 UUM yakni:

- a. Merek dagang tidak boleh bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan yang berlaku, nilai-nilai moral, keyakinan agama, kesusilaan, atau ketertiban umum.
- b. Merek dagang harus secara langsung berkaitan dengan, terkait dengan, atau secara khusus merujuk pada barang dan/atau jasa yang diajukan untuk pendaftaran.
- c. Mengandung unsur-unsur yang dapat menimbulkan kebingungan di masyarakat mengenai asal usul, kualitas, jenis, ukuran, varietas, atau tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang diajukan untuk pendaftaran, atau unsur-unsur yang menggunakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang serupa.
- d. Mengandung deskripsi yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau sifat sebenarnya dari barang dan/atau jasa yang diajukan untuk pendaftaran;
- e. Tidak memiliki ciri khas;
- f. Terdiri dari istilah generik dan/atau simbol yang dimiliki secara umum.

Selain itu tidak boleh melanggar Pasal 21 UUM. Pasal 21 menyatakan: Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:

- a. Merek Terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
- b. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
- c. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau Indikasi Terdaftar.

Permohonan ditolak, jika merek tersebut:

- a. Merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto atau nama badan hukum yang dimiliki oleh orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berhak;
 - b. Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambing atau symbol atau emblem suatu Negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau
 - c. Merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh Negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.
- (3). Permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik.
- (4). Ketentuan lebih lanjut mengenai penolakan permohonan merek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a sampai huruf c diatur dengan peraturan menteri.

Pasal 22 Undang-Undang Merek (UUM) menyebutkan bahwa apabila suatu merek yang telah terdaftar kemudian berubah menjadi nama generik, maka pihak lain diperbolehkan mengajukan permohonan pendaftaran merek menggunakan istilah generik tersebut. Namun, permohonan ini harus dilengkapi dengan kata tambahan atau unsur pembeda yang dapat membedakan merek baru tersebut dari merek asli yang sudah ada.

Setelah semua persyaratan yang telah disebutkan sebelumnya terpenuhi, langkah selanjutnya adalah pemeriksaan substantif. Pemeriksaan ini bertujuan untuk mengevaluasi dan memastikan apakah merek dagang yang diajukan sudah sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Melalui tahapan ini, akan dipastikan bahwa permohonan merek tidak bertentangan dengan aturan atau prinsip yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan terkait.

Setelah menyelesaikan prosedur yang diatur dalam Undang-Undang Merek (UUM), merek dagang yang terdaftar akan diberikan sertifikat dan memperoleh perlindungan hukum untuk jangka waktu sepuluh (10) tahun. Perlindungan ini dapat diperpanjang untuk jangka waktu sepuluh (10) tahun lagi, dengan syarat merek dagang tersebut terus digunakan pada barang dan/atau jasa yang bersangkutan.

Sertifikat merek dagang berfungsi sebagai bukti kepemilikan yang paling kuat, artinya kecuali sertifikat tersebut dibatalkan oleh putusan

pengadilan, pemilik merek dagang memiliki hak eksklusif atas merek dagang tersebut. Hak-hak ini terdiri dari dua hak utama, yaitu:

- a. Hak untuk menggunakan mereknya dalam arti memproduksi barang;
- b. Hak untuk memberi izin pada orang lain untuk menggunakan merek yang bersangkutan.

Jika di masa depan pihak lain menggunakan merek dagang yang sama atau sebagian darinya, pemilik merek dagang berhak mengajukan gugatan pembatalan, sebagaimana diatur dalam Pasal 76 Undang-Undang Merek Dagang (UUM). Hak untuk mengajukan gugatan tersebut tidak terbatas pada pemilik merek dagang; hak tersebut juga dapat dilakukan oleh pihak lain yang memiliki kepentingan yang sah terhadap merek dagang, termasuk pemegang merek dagang terdaftar, jaksa penuntut umum, organisasi perlindungan konsumen, dan dewan atau lembaga keagamaan.

Pihak-pihak yang berkepentingan adalah pihak-pihak yang terlibat dalam penggunaan merek dagang sebagai sarana untuk membedakan barang dan/atau jasa.

Jika seseorang menggunakan merek dagang milik pihak lain tanpa izin, pemilik merek dagang berhak mengajukan gugatan pelanggaran ke Pengadilan Niaga. Tindakan hukum ini dapat mencakup permintaan untuk menghentikan kegiatan pelanggaran dan meminta ganti rugi atas kerugian yang ditimbulkan. Selain pemilik merek dagang, pemegang lisensi juga berhak mengajukan gugatan. Selain itu, pemilik merek dagang yang terkenal juga dapat mengambil tindakan hukum berdasarkan putusan pengadilan.

Merek dagang yang memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-Undang Merek (UUM) dianggap sah dan diakui secara hukum, karena telah ditinjau dan disetujui oleh pejabat dari Kantor Direktorat Merek di bawah Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

5. Kesimpulan

Hak merek dagang, sebagai komponen penting dalam hukum Islam, memainkan peran krusial dalam perdagangan. Hak ini tidak hanya berfungsi untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen tetapi juga sebagai alat untuk perlindungan lingkungan. Konsep halal merujuk pada produk yang secara grafis diwakili—seperti melalui logo, nama, atau simbol—dan mengidentifikasi produk yang diproduksi oleh individu atau entitas hukum.

Penggunaan merek halal dan logo halal sangat penting untuk pengembangan merek dan perlindungan hukum. Komitmen pemerintah terhadap merek halal memiliki arti yang sangat penting bagi perekonomian ASEAN, mengingat 96 persen perekonomian didorong oleh UMKM. Sektor UMKM juga memainkan peran kritis dalam penciptaan lapangan kerja, dengan Indonesia menjadi tuan rumah bagi 62 juta UMKM yang mendukung 116 juta lapangan kerja. Undang-Undang merek dagang sangat vital karena menyediakan kerangka hukum untuk produksi barang dan jasa. Tanpa merek dagang, produk tidak dapat secara efektif mencapai pasar atau konsumen.

Untuk mendukung hal ini, pemerintah telah menetapkan sistem pendaftaran online untuk produk halal, memastikan transparansi dan kepatuhan terhadap prinsip “first-come, first-served”. Regulasi yang mengatur produk halal selaras dengan tujuan hukum Syariah, yang bertujuan untuk mencapai kebaikan bersama sesuai dengan maqashid syariah—melestarikan agama, kehidupan, akal, martabat, dan harta benda. Peran ijtihad sangat penting, karena memungkinkan perbedaan interpretasi di antara ulama hukum Islam, yang menghasilkan pendapat yang beragam tentang berbagai aspek kehidupan dan perkembangan berbagai aliran pemikiran Islam.

6. Persembahan

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Universitas Airlangga dan semua orang yang terlibat dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini.

7. Referensi

- Brauneis, R. (2009). *Intellectual property protection of fact-based works: Copyright and its alternatives*. Edward Elgar Publishing.
- Hallaq, W. B. (2009). *An introduction to Islamic law*. Cambridge University Press.
- Humaidi, T. (1990). *Pengantar kuliah akhlak*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2005). *Manajemen pemasaran* (Jilid 1 dan 2). Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Permata, R. R., Safranita, T., & Utama, B. (2019). Pentingnya merek bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di Jawa Barat. *Dialogia Iuridica*, 10(2), 33–38.
- Romadhona, M. K. (2022). Does the pandemic affect unemployment rate in East Java? (A study of pre and post COVID-19 pandemic in 2016 to 2021). *The Journal of Indonesia*

- Sustainable Development Planning*, 3(2), 164–176. <https://doi.org/10.46456/jisdep.v3i2.308>
- Romadhona, M. K., Khasanah, S. U., Ariadi, S., Kinasih, S. E., & Tjitrawati, A. T. (2023). Redefining stunting in Indonesia 2022: A comprehensive review. *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial dan Politik*, 5(1), 56–63.
- Romadhona, M. K., Kurniawan, F., Sabrie, H. Y., & Agustin, E. (2022). Pengembangan objek wisata potensial “Kampung Tenggher”: Tantangan dan strategi. *Jurnal Dedikasi Hukum*, 2(1), 38–50. <https://doi.org/10.22219/jdh.v2i1.20217>
- Romadhona, M. K., Oktafenanda, R. D., & Kinasih, S. E. (2024). Assessing corporate social responsibility from the perspective of the local community. *ASEAN Journal of Community Engagement*, 8(1), 59–72.
- Romadhona, M. K., Subagyo, B. S. A., & Agustin, D. (2022). Examining sustainability dimension in corporate social responsibility of ExxonMobil Cepu: An overview of socio-cultural and economic aspects. *Journal of Social Development Studies*, 3(2), 130.
- Santoso, S., & Tjiptono, F. (2001). *Riset pemasaran: Konsep dan aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Shomad, A. (2013). *Rekonstruksi akad bank syariah untuk mencapai kemaslahatan sebagai wujud rahmatan lil-alamin*. Surabaya.
- Subagyo, B. S. A., Chumaida, Z. V., & Romadhona, M. K. (2022). Enforcement of consumer rights through dispute settlement resolution agency to improve the consumer satisfaction index in Indonesia. *Yuridika*, 37(3), 673–696. <https://doi.org/10.20473/ydk.v37i3.34943>
- Subagyo, B. S. A., Romadhona, M. K., Chumaida, Z. V., Suheryadi, B., & Elkhatab, N. S. (2024). Can Indonesia’s laws keep up? Protecting consumer rights in digital transactions. *Journal of Law and Legal Reform*, 5(3), 869–890. <https://doi.org/10.15294/jllr.v5i3.4202>
- Suhariono, A., Romadhona, M. K., Yanuardi, M. I., & Nampira, M. Z. (2022). Sistem publikasi pendaftaran tanah (Kajian sistem publikasi negatif bertendensi positif). *Notaire*, 5(1), 17–30.
- Sujatmiko, A., Haq, H. U., Romadhona, M. K., & Antons, C. (2024). Pierre Cardin and the legal battle for well-known marks: Insights from Indonesia and the Netherlands. *Hasanuddin Law Review*, 10(3), 240. <https://doi.org/10.20956/halrev.v10i3.5583>
- Sujatmiko, A., Romadhona, M. K., Keizer, P., & Antons, C. (2024). The legal reform of trademark protection and dispute mitigation: Lessons from licensing well-established brands in Indonesia. *Journal of Law and Legal Reform*, 5(2), 459–494. <https://doi.org/10.15294/jllr.vol5i2.3467>
- Sujatmiko, A., Romadhona, M. K., & Saraswati, Y. R. (2025). Patents at the crossroads: Legal pathways for advancing technology transfer in Indonesia. *Law Reform*, 12(1), 94–119.
- Utami, B. S. A. (2021). Dampak pandemi Covid 19 terhadap sektor UMKM di Indonesia. *Economie: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(2), 97–103.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).