



SERTIFIKASI HALAL FASHION: DINAMIKA DAN RESPON **MASYARAKAT MUSLIM KOTA BANDA ACEH**

HALAL FASHION CERTIFICATION: DYNAMICS AND RESPONSES OF THE MUSLIM COMMUNITY IN BANDA ACEH CITY

Rizqi Muhammad Rayyan¹, Shofiyullah Muzammil², Junaidi³

Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: rizqimuhammadrayyan971@gmail.com

Article Info

Article history :

Received : 17-01-2026

Revised : 18-01-2026

Accepted : 20-01-2026

Published : 22-01-2026

Abstract

This study discusses halal certification in the fashion industry in Banda Aceh, focusing on the dynamics and responses of the Muslim community to this development. The halal lifestyle encompasses various sectors, including fashion. Furthermore, Banda Aceh's large Muslim population is crucial. This underpins this study: the researchers wanted to understand the dynamics and responses of the Muslim community in Banda Aceh to halal certification in the fashion sector. This study used qualitative methods with interviews as a data collection technique, involving the Muslim community in Banda Aceh as research subjects. The results indicate that the community has a good understanding of the importance of halal certification as a guarantee of product conformity with Islamic values. Public attitudes are influenced by religious values and socio-cultural dynamics that support the acceptance of halal fashion products. Social media plays a significant role in increasing public awareness and knowledge about halal fashion. However, challenges remain regarding product quality and transparency in the certification process. This study recommends the need for further education regarding halal certification, collaboration between stakeholders, and innovation in the halal fashion industry to meet community needs. It is hoped that, with support from various parties, the halal fashion industry in Banda Aceh can grow more innovatively, with higher quality, and in accordance with Sharia principles.

Keywords: *Dynamics, Muslims in Banda Aceh, Halal Fashion Certification*

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang sertifikasi halal dalam industri *fashion* di Kota Banda Aceh, dengan fokus pada dinamika dan respons masyarakat Muslim terhadap perkembangan ini. Gaya hidup halal mencakup berbagai sektor, termasuk *fashion*. Lalu yang kemudian menjadi penting adalah populasi Muslim yang besar di Kota Banda Aceh. Inilah yang mendasari penelitian ini, bahwa peneliti ingin mengetahui bagaimana dinamika dan respons masyarakat Muslim Kota Banda Aceh terhadap sertifikasi halal di bidang *fashion*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara sebagai teknik pengumpulan data, melibatkan masyarakat Muslim di Kota Banda Aceh sebagai subjek penelitiannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat memiliki pemahaman yang baik tentang pentingnya sertifikasi halal sebagai jaminan kesesuaian produk dengan nilai-nilai agama Islam. Sikap masyarakat dipengaruhi oleh nilai-nilai agama dan dinamika sosial budaya yang mendukung penerimaan produk *fashion* halal. Media sosial berperan signifikan dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang *fashion* halal. Namun, masih terdapat tantangan terkait kualitas produk dan transparansi dalam proses sertifikasi. Penelitian ini merekomendasikan perlunya edukasi lebih lanjut mengenai sertifikasi halal, kolaborasi antara pemangku kepentingan dan inovasi dalam industri *fashion* halal untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Diharapkan, dengan dukungan dari berbagai pihak, industri *fashion* halal di Banda Aceh dapat tumbuh lebih inovatif, berkualitas dan sesuai dengan prinsip syariah.

Kata Kunci: *Dinamika, Muslim Kota Banda Aceh, Sertifikasi Halal Fashion*



PENDAHULUAN

Gaya hidup halal (*halal lifestyle*) meliputi beberapa industri, seperti *halal food industry*, *halal travel*, *halal cosmetics* dan *pharmaceuticals*, *halal media and recreation*, *islamic finance* dan juga termasuk *halal fashion* (Srisusilawati et al., 2024). Adiwarman Karim menjelaskan bahwa untuk menciptakan pangsa pasar syariah yang stabil dan berkelanjutan, perlu adanya pengembangan di luar ekosistem keuangan syariah, termasuk di dalamnya gaya hidup halal masyarakat. Ia menekankan bahwa selama ini fokus terlalu banyak pada sektor keuangan syariah, padahal penting untuk memperkuat industri halal itu sendiri, sehingga gaya hidup halal dapat lebih berkembang.” (Primadhyta, 2017).

Provinsi Aceh merupakan provinsi dengan persentase populasi Muslim terbesar di Indonesia (Kusnandar, 2021). Aceh memiliki populasi Muslim berjumlah 5.438.906 jiwa dari 5.515.839 jumlah total populasi masyarakatnya atau sekitar 98,60% (Biro Hubungan Masyarakat, 2021). Dengan jumlah persentase populasi Muslim terbanyak di Indonesia, maka Provinsi Aceh adalah pasar yang menjanjikan terhadap perkembangan industri halal. Sedangkan lokus penelitian ini yaitu Kota Banda Aceh memiliki populasi Muslim sejumlah 222.582 jiwa dari total 226.631 atau sekitar 98,48% (Humas Kota Banda Aceh, 2022). Meskipun tidak menduduki persentase populasi Muslim tertinggi di Provinsi Aceh, angka ini tetap menunjukkan potensi besar untuk pengembangan produk dan layanan halal yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat lokal. Selain itu, dukungan pemerintah dan kerjasama antara sektor swasta dan komunitas juga berperan penting dalam memperkuat ekosistem halal di Aceh (Razali et al., 2021). Dengan demikian, industri halal di Aceh tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas dan nilai-nilai budaya masyarakat Muslim terlebih Aceh merupakan daerah yang menegakkan dan berpegang teguh pada syariat Islam. Pengembangan yang berkelanjutan dalam setiap sektor ini diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus memperkenalkan nilai-nilai Islam kepada dunia.

Perkembangan *halal fashion* juga didukung oleh regulasi pada Pasal 1 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH) yang menjelaskan bahwa produk adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik serta barang gunaan yang dipakai, digunakan atau dimanfaatkan oleh masyarakat (Afiyah, 2024). Kebijakan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal dan memastikan bahwa semua produk yang beredar di pasar telah memenuhi standar halal yang ditetapkan (Zaenal, 2024). Sedangkan pengertian produk halal yaitu produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam (Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, 2014). Adanya sertifikasi halal pada *fashion* ini mengundang banyak reaksi dari masyarakat. Hal ini dapat dilihat ketika salah satu brand hijab ZOYA mendaftarkan sertifikasi halal pada produknya ke MUI pada 2016 lalu (Sari, 2016). Tidak hanya berhenti sampai disitu, *brand-brand* lain di bidang *fashion* kemudian bermunculan dengan menggunakan iklan labelisasi halal seperti Kainhalal™ (Nadha, 2022). Hal ini memicu beragam respons dari masyarakat. Karena pada dasarnya kebutuhan yang mendesak untuk ada sertifikasi halalnya adalah produk makanan (Firdaus, 2023). Sebab produk makanan dan minuman masuk ke dalam zat tubuh. Dalam konteks hukum Islam, yang diatur dengan detail dan jelas mengenai halal dan haram dan tidak bisa dinegosiasikan adalah makanan (Nashirun, 2020), namun tidak pada selain makanan, seperti pakaian dan barang gunaan yang lain. Dengan demikian, sertifikasi halal yang dilakukan pada *fashion* tidak menjadi sesuatu yang krusial pada umat Islam itu sendiri, bahkan umat



Islam tidak dilarang untuk menggunakan pakaian yang tidak suci. Hal inilah yang menjadi fokus penelitian ini tentang kajian atas respons terhadap sertifikasi halal *fashion* pada masyarakat muslim perkotaan dengan mengambil subjek penelitiannya adalah masyarakat Muslim Kota Banda Aceh.

Novelty atau kebaruan pada artikel ini terletak pada beberapa aspek yang saling terkait. Pertama, penelitian ini berfokus pada konteks lokal yang spesifik, yakni Kota Banda Aceh, yang dikenal dengan penerapan syariah Islam yang kuat. Ini memberikan perspektif baru mengenai bagaimana nilai-nilai agama dan budaya lokal mempengaruhi pemahaman serta penerimaan masyarakat terhadap sertifikasi halal dalam industri *fashion*. Selanjutnya, artikel ini mengeksplorasi interaksi antara prinsip-prinsip agama dan tren mode global, menggali bagaimana masyarakat Banda Aceh mengadopsi produk *fashion* yang memenuhi kriteria halal sekaligus mengikuti perkembangan mode internasional. Selain itu, penelitian ini menyoroti peran pendidikan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang sertifikasi halal, menawarkan pandangan baru mengenai strategi edukasi yang efektif untuk mempromosikan produk halal dan menunjukkan bagaimana pendidikan dapat membentuk sikap serta keputusan pembelian. Keterlibatan pemangku kepentingan juga menjadi fokus, dengan penekanan pada kolaborasi antara lembaga sertifikasi, pemerintah dan produsen, yang memberikan wawasan baru tentang sinergi antara sektor publik dan swasta dalam mempromosikan produk *fashion* halal.

Tinjauan Pustaka

Secara umum setiap produk halal berupa makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik dan *fashion* adalah mengenai kepastian hukum kehalalan suatu produk tersebut dengan dibuktikan melalui sertifikat halal. Sertifikasi halal adalah sebuah pengakuan dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) bahwa suatu produk terjamin kehalalannya dengan dasar fatwa dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sertifikasi halal adalah syarat untuk mendapatkan izin mencantumkan logo halal pada suatu produk (Faidah, 2017). Sedangkan izin pencantuman halal setelah mendapatkan fatwa halal dari MUI (Agus, 2017). Kajian-kajian terdahulu yang membahas tentang sertifikasi halal pada produk dengan yang berkaitan pada dasarnya sudah banyak dilakukan dengan berbagai macam topik dan tema pembahasan, seperti urgensi dan regulasi sertifikasi halal. Di antaranya ditulis oleh Endang Irawan Supriyadi dan Dianing Banyu Asih yang berjudul “Regulasi Kebijakan Produk Makanan Halal di Indonesia (Supriyadi & Asih, 2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa regulasi makanan halal harus mencakup semua elemen masyarakat. Perlindungan konsumen muslim harus dapat disamakan dengan perlindungan konsumen pada umumnya di Indonesia dengan memberlakukan Undang-Undang yang memuat perlindungan konsumen yang terdapat pada Hukum Ekonomi Indonesia. Hal itu disebabkan labelisasi halal berhubungan erat dengan pelaksanaan hukum Islam, maka hukum perlindungan konsumen di Indonesia setidaknya menyerap unsur-unsur, nilai-nilai dan norma-norma yang terdapat dalam Hukum Islam terutama yang sangat erat hubungannya dengan perlindungan konsumen.

Pentingnya edukasi kepada masyarakat tentang pengetahuan halal pada produk makanan juga ditulis oleh Rahmah Maulidia, yaitu “Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal Bagi Konsumen” (Maulida, 2013). Selanjutnya Rahmah Maulidia menjelaskan bahwa regulasi dan edukasi produk halal mendesak harus dilakukan, gagasan regulasi dan edukasi untuk perlindungan konsumen dapat disampaikan kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan advokasi konsumen seperti pendidikan, penelitian, pengujian, pengaduan dan publikasi media konsumen. Secara



yuridis, negara telah mengatur persoalan label halal melalui peraturan perundang-undangan. Aturan khusus yang mengatur masalah kehalalan produk pangan dalam kemasan diatur dalam Undang-Undang No. 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan, Undang-Undang No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu, hakikat di balik adanya labelisasi halal pada sebuah produk makanan juga tulis oleh Hijrah Lahaling dan rekan-rekannya yang berjudul “Hakikat Labelisasi Halal Terhadap Perlindungan Konsumen di Indonesia” (Hijrah Lahaling, 2015). Hasil penelitian mereka menjelaskan bahwa masih lemahnya perlindungan hukum bagi konsumen, tidak maksimalnya pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah, LPKSM dan masyarakat. Selain itu hadirnya Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UUJPH) Nomor 33 Tahun 2014 masih menuai polemik, salah satunya terkait kewenangan oleh MUI.

Kajian intervensi negara dan justifikasinya terhadap sertifikasi halal serta melihat bagaimana potret kinerja lembaganya yang membidangi sertifikasi sebelum adanya UUJPH. Kajian ini ditulis oleh Zulham mengenai “Peran Negara dalam Perlindungan Muslim terhadap Produk Halal” (Zulham, 2018). Zulham melakukan analisis sejauh mana intervensi negara terhadap sertifikasi halal pada produk yang beredar di Indonesia. Pada kesimpulannya, intervensi negara terhadap produk makanan dan minuman yang beredar di Indonesia yang bersifat masif dan crenidential dapat dijustifikasi, namun tidak pada produk yang non-masif. Intensi pada sertifikasi di kalangan konsumen dan produsen. Penelitian ini melihat bagaimana gerak kekuatan sertifikasi halal sehingga banyak dilakukan di berbagai kalangan konsumen muslim di berbagai negara, perusahaan dan *micro business* (Sudarmiatin et al., 2020; Vanany et al., 2019; Zailani et al., 2015). Topik yang dimuat dalam kajian-kajian tersebut mengenai halal terkait dengan makanan halal sertifikasi dan halal terkait dengan keprilakuan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah fokus penelitian. Di mana titik fokus penelitian ini terkait dengan sertifikasi halal pada *fashion*. Penelitian ini hendak melihat bagaimana kajian atas respons masyarakat muslim Kota Banda Aceh mengenai adanya *fashion* yang disertifikasi dan dilabelisasi halal. *Fashion* dan produk makanan atau minuman atau obat-obatan berbeda dari segi urgensi dan manfaatnya dalam hal sertifikasi halal. Penelitian ini dianggap penting karena hendak melihat bagaimana *sosio-cultural* masyarakat muslim kota dalam menerima atau menolak *fashion* yang disertifikasi halal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu pemecahan masalah yang aktual dengan jalan mengumpulkan data, menyusun, menganalisis dan menginterpretasikannya (Sudarwan Danim, 2013). Subjek penelitian adalah individu, kelompok atau entitas lain yang menjadi fokus utama dalam proses pengumpulan data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Subjek penelitian biasanya mencerminkan populasi yang menjadi target penelitian (Sugiyono, 2010), yang mana dalam artikel ini adalah masyarakat Muslim Kota Banda Aceh terdiri dari konsumen produk halal, mahasiswa dan peneliti terkait halal industri sebagai data primer. Sedangkan Objek penelitian adalah aspek tertentu dari subjek penelitian yang dikaji, seperti fenomena, variabel, atau kondisi tertentu yang menjadi inti penelitian. Objek penelitian biasanya berhubungan langsung dengan tujuan atau masalah penelitian (Arikunto, 2002) yang mana dalam artikel ini adalah kajian atas respons masyarakat Muslim Kota Banda Aceh terhadap sertifikasi halal



fashion. Data penelitian adalah informasi atau fakta yang dikumpulkan secara sistematis untuk mendukung analisis dan kesimpulan penelitian (Mackiewicz, 2018). Pada artikel ini, data diperoleh melalui pendekatan kualitatif. Sumber data penelitian adalah asal atau tempat dari mana data penelitian diperoleh (Sugiyono, 2010). Pada artikel ini, sumber data berasal dari wawancara yang dilakukan peneliti dengan narasumber terkait bagaimana respons mereka dalam menyikapi sertifikasi halal *fashion*. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah *interview/wawancara*. Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tematik. Lalu untuk teknik analisis data, penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif analitis adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang. Dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan (Arikunto, 2016).

Keunikan lokus penelitian ini terletak pada beberapa aspek yang saling terkait. Banda Aceh, sebagai kota dengan penerapan syariah Islam yang kuat, memberikan konteks berbeda dalam memahami sertifikasi halal, di mana masyarakatnya memiliki komitmen tinggi terhadap nilai-nilai agama. Meskipun identitas budaya di kota ini kental, industri *fashion* halal sedang berkembang. Penelitian ini juga mengeksplorasi respons masyarakat terhadap tren global dalam *fashion* halal, termasuk adopsi produk yang memenuhi kriteria halal sekaligus mengikuti perkembangan mode internasional. Selain itu, pendidikan masyarakat yang dipengaruhi oleh nilai-nilai agama berperan penting dalam membentuk kesadaran dan pemahaman tentang sertifikasi halal. Keterlibatan pemangku kepentingan, seperti lembaga sertifikasi dan pemerintah daerah, menunjukkan sinergi antara sektor publik dan swasta dalam mempromosikan produk *fashion* halal. Selain itu, penelitian ini mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi masyarakat dalam mengakses produk halal serta bagaimana *fashion* halal berkontribusi pada identitas dan kebanggaan lokal. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya pemahaman tentang sertifikasi halal dalam *fashion*, tetapi juga berdampak pada diskusi mengenai hubungan antara budaya, agama dan industri *fashion* di tingkat lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman Masyarakat Tentang Sertifikasi Halal

Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh secara umum menunjukkan tingkat pemahaman yang komprehensif mengenai urgensi sertifikasi halal, khususnya pada produk *fashion*. Kesadaran ini berakar pada pemahaman bahwa sertifikasi berfungsi sebagai instrumen penjamin kesesuaian produk dengan syariat Islam. Informan 1 (I1), misalnya, menekankan bahwa aspek kehalalan tidak boleh dipandang secara sempit hanya pada sektor pangan, melainkan juga harus mencakup pakaian karena keterkaitannya dengan aktivitas ibadah harian.

Lebih lanjut, masyarakat juga memahami bahwa proses sertifikasi melibatkan pengujian bahan baku dan prosedur produksi untuk mencegah kontaminasi dari zat non-halal. Hal ini sebagaimana ditegaskan oleh Informan 10 (I10):

Sertifikasi halal dalam produk *fashion* adalah proses penilaian dan pemberian sertifikat oleh lembaga yang berwenang, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Indonesia, untuk memastikan bahwa produk *fashion*, termasuk pakaian, aksesoris dan alas kaki, sesuai dengan



prinsip-prinsip syariat Islam. Fokus utama sertifikasi ini adalah memastikan bahwa bahan, proses produksi, hingga distribusi tidak melibatkan elemen atau praktik yang haram.

Meskipun terdapat variasi dalam pemahaman detail prosedural, mayoritas masyarakat memandang label halal sebagai prasyarat bagi kesucian dan keberkahan dalam kehidupan sehari-hari. Selain aspek spiritual, pengetahuan ini juga beririsan dengan perhatian masyarakat terhadap kualitas produk. Informan 4 (I4) mengungkapkan bahwa pilihan terhadap produk *fashion* halal didorong oleh komitmen agama sekaligus kepercayaan terhadap standar kualitas produk yang lebih terjamin. Namun, di sisi lain, masih ditemukan keluhan terkait transparansi dan kemudahan akses informasi melalui kanal resmi, seperti sistem BPJPH yang terkadang mengalami kendala teknis.

Secara keseluruhan, masyarakat Muslim di Kota Banda Aceh menunjukkan tingkat pengetahuan yang baik mengenai pentingnya sertifikasi halal, meskipun ada variasi dalam pemahaman tentang proses sertifikasi. Ada kebutuhan untuk meningkatkan akses terhadap informasi yang lebih jelas dan mendetail agar masyarakat dapat lebih memahami dan mengaplikasikan konsep kehalalan dalam kehidupan mereka sehari-hari.

Sikap dan Nilai-Nilai Agama

Nilai-nilai agama memiliki pengaruh yang sangat fundamental dalam membentuk sikap masyarakat Muslim di Kota Banda Aceh terhadap konsumsi produk *fashion* bersertifikasi halal. Bagi masyarakat setempat, mematuhi ajaran Islam bukan sekadar pilihan personal, melainkan sebuah kewajiban kolektif yang mencakup penggunaan produk yang terjamin kehalalannya. Sertifikasi halal pada produk *fashion* dipandang sebagai jaminan konkret bahwa barang tersebut telah memenuhi kriteria syariat Islam, baik dari sisi material maupun prosesnya.

Dalam pandangan masyarakat, penggunaan produk halal berkaitan erat dengan konsep kesucian (*thaharah*) dan keberkahan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini ditegaskan oleh Informan 1 (I1) yang menyatakan bahwa sertifikasi halal memberikan rasa aman terhadap kesucian pakaian yang dikenakan, mengingat pakaian tersebut juga digunakan untuk melaksanakan ibadah harian. Keyakinan ini menunjukkan bahwa *fashion* tidak lagi dipandang sebagai aspek estetika semata, melainkan instrumen pendukung keabsahan ibadah dan peningkatan kualitas spiritual pemakainya.

Lebih lanjut, dorongan untuk mencari produk halal juga dipicu oleh keinginan untuk menjauhkan diri dari unsur-unsur yang dilarang. Informan 4 (I4) menjelaskan:

Faktor utama yang mendorong saya untuk memilih produk *fashion* halal adalah komitmen terhadap nilai agama, kepercayaan terhadap kualitas produk, serta keinginan untuk menjalani gaya hidup halal secara menyeluruh. Saya sering mencari produk halal karena mengikuti anjuran dan aturan dalam agama dan juga mendapat jaminan bebas dari bahan haram dan najis.

Senada dengan hal tersebut, Informan 8 (I8) menambahkan bahwa pencarian terhadap produk bersertifikasi halal adalah bentuk tanggung jawab dalam menjalankan ketentuan beragama sekaligus upaya untuk mendapatkan produk dengan keunggulan kualitas yang terjamin. Sikap selektif ini juga dipengaruhi oleh etika dan moralitas Islam yang mengajarkan konsumen untuk bertanggung jawab, menghindari praktik yang merugikan, serta memastikan setiap aspek kehidupan berjalan sesuai koridor syariah.



Lingkungan sosial di Banda Aceh yang kental dengan nilai-nilai religius turut memperkuat perilaku konsumsi ini. Diskusi di komunitas dan pengaruh tokoh agama sering kali meningkatkan kesadaran kolektif akan pentingnya *fashion* halal. Meskipun industri *fashion* halal di Banda Aceh masih dalam tahap perkembangan dan produk yang berlabel resmi masih sulit ditemukan, masyarakat justru menunjukkan dukungan yang aktif terhadap gerakan ini. Informan 3 (I3) memberikan pandangan strategis mengenai dinamika ini:

Sertifikasi halal dapat menjadi daya saing yang kuat di pasar *fashion*, terutama untuk memenuhi kebutuhan konsumen Muslim. Dengan mengutamakan transparansi, inovasi dan pemasaran yang relevan, produsen *fashion* dapat membangun merek yang dipercaya dan dihormati, sekaligus memperluas pangsa pasar mereka.

Secara keseluruhan, sikap masyarakat Muslim di Banda Aceh mencerminkan komitmen mendalam terhadap identitas budaya dan agama mereka. Pilihan konsumsi yang didasarkan pada nilai-nilai agama ini menunjukkan adanya keinginan kuat untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah ke dalam gaya hidup modern secara konsisten. Kesesuaian produk dengan syariat bukan hanya menjadi kebutuhan pasar, melainkan manifestasi dari ketaatan spiritual yang menjadi landasan sosiokultural di ibu kota Provinsi Aceh tersebut.

Peran Media Sosial

Media sosial memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat Muslim di Kota Banda Aceh tentang *fashion* halal (Yayuh Khufibasyaris & Suhendi, 2024). Melalui akses informasi yang lebih baik, edukasi, interaksi dan promosi produk, media sosial berperan sebagai alat yang efektif untuk memperkuat pemahaman dan kepedulian terhadap nilai-nilai kehalalan dalam *fashion*. Relevansi media sosial dapat memberikan wawasan dan rekomendasi kepada masyarakat untuk mengakses informasi (Rostina et al., 2021), terkhusus tentang *fashion* halal dengan lebih cepat dan mudah. Melalui berbagai platform seperti Instagram dan TikTok, informasi mengenai kriteria kehalalan bahan dan transparansi proses produksi dapat diakses dengan lebih cepat. Beberapa informan mengaku mendapatkan pengetahuan awal mengenai sertifikasi halal justru melalui internet dan media sosial sebelum menelusuri lebih jauh ke sumber resmi.

Informan 1 (I1) dan Informan 6 (I6) mengakui efektivitas media digital dalam memperluas cakrawala mereka mengenai perkembangan industri halal nasional. Kendati demikian, masyarakat dituntut untuk tetap kritis dalam mengevaluasi informasi guna menghindari konten yang menyesatkan (*misleading*). Kombinasi antara literasi digital masyarakat dan kredibilitas lembaga resmi seperti BPJPH menjadi kunci dalam membangun ekosistem informasi halal yang sehat.

Masyarakat Muslim di Kota Banda Aceh mengandalkan berbagai sumber informasi untuk memahami sertifikasi halal, dengan lembaga sertifikasi resmi dan media sosial sebagai yang paling efektif. Kombinasi antara sumber resmi dan *platform* interaktif membantu meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya sertifikasi halal dalam produk yang mereka konsumsi. Banyak narasumber menyebutkan bahwa lembaga sertifikasi resmi, seperti Badan Pelaksana Jaminan Produk Halal (BPJPH), merupakan sumber informasi yang paling kredibel. Mereka mengandalkan informasi langsung dari lembaga ini mengenai standar dan proses sertifikasi halal. Media sosial juga dianggap sebagai sumber yang sangat efektif. Banyak akun yang menyediakan informasi edukatif tentang sertifikasi halal, serta berbagi pengalaman pengguna



mengenai produk bersertifikat halal. Pengaruh dari influencer dan tokoh agama yang aktif di media sosial atau dalam kegiatan komunitas juga berperan dalam menyebarkan informasi terkait sertifikasi halal. Masyarakat cenderung mempercayai informasi yang disampaikan oleh figur yang mereka hormati.

Pengaruh Sosial dan Budaya

Dinamika sosial dan budaya di Kota Banda Aceh memainkan peran krusial dalam menentukan tingkat penerimaan masyarakat terhadap produk *fashion* halal. Sebagai satu-satunya daerah di Indonesia yang menerapkan hukum syariat secara formal, Banda Aceh memiliki ekosistem sosial yang secara inheren sangat mendukung segala bentuk produk yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Kondisi sosiopolitik ini menciptakan standar normatif di mana masyarakat cenderung merasa lebih aman dan nyaman ketika menggunakan produk yang memiliki kepastian hukum syariah, termasuk dalam urusan berpakaian.

Budaya keagamaan yang telah mendarah daging dalam keseharian masyarakat Aceh memperkuat kesadaran akan pentingnya pilihan konsumsi yang halal. Bagi warga Kota Banda Aceh, memilih pakaian bukan sekadar urusan mengikuti tren global, melainkan bagian dari upaya menjaga identitas diri sebagai Muslim yang taat. Hal ini ditegaskan oleh Informan 1 (I1) yang memberikan pandangan bahwa:

Sebagai orang Banda Aceh dan Aceh itu sendiri memiliki budaya dan syariat Islam yang kental, maka sangatlah penting untuk menentukan apa yang kita gunakan sehari-hari dijamin kehalalannya.

Pernyataan di atas mengindikasikan bahwa sertifikasi halal pada *fashion* berfungsi sebagai instrumen penguatan identitas. Masyarakat merasa memiliki tanggung jawab moral untuk memastikan bahwa identitas visual mereka melalui pakaian mencerminkan nilai-nilai luhur Islam yang mereka anut. Dalam konteks ini, *fashion* halal tidak dipandang sebagai beban regulasi, melainkan sebagai bentuk kebanggaan lokal dan komitmen terhadap tatanan budaya Aceh.

Selain aspek religiusitas, integrasi antara nilai-nilai Islam dengan kearifan lokal (*local wisdom*) juga menjadi faktor penentu. Masyarakat cenderung memberikan apresiasi lebih tinggi pada produk *fashion* halal yang mampu mengintegrasikan elemen budaya Aceh, seperti motif pinto Aceh atau desain tradisional lainnya ke dalam mode modern. Fenomena ini sejalan dengan temuan Maulina et al. (2023) yang menyoroti adanya negosiasi dan kontestasi identitas dalam *fashion* Islam populer di Aceh, di mana busana menjadi sarana untuk mengekspresikan kesalehan sekaligus selera estetika lokal.

Secara sosiologis, pengaruh lingkungan yang kuat di Banda Aceh menciptakan kondisi di mana individu merasa didorong oleh komunitasnya untuk bersikap selektif, yang secara keseluruhan sangat mempengaruhi penerimaan produk *fashion* halal. Lingkungan yang mendukung penerapan syariat, budaya keagamaan yang kuat, serta kesadaran masyarakat yang terus meningkat menciptakan kondisi kondusif bagi pertumbuhan industri ini, meskipun perkembangannya saat ini belum semasif industri pangan di wilayah tersebut. Adanya tuntutan sosial terhadap transparansi bahan dan proses produksi menunjukkan bahwa sinergi antara penerapan syariat secara formal, budaya keagamaan yang kuat, dan kesadaran identitas lokal telah menciptakan fondasi kokoh bagi pertumbuhan industri *fashion* halal yang berkelanjutan di masa depan. Hal ini diperkuat oleh budaya



Aceh yang kental dengan nilai-nilai Islam dalam mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap *fashion* (Maulina et al., 2023). Masyarakat cenderung memilih produk yang tidak hanya halal, tetapi juga mampu mencerminkan identitas dan tradisi lokal. Produk *fashion* yang mengintegrasikan elemen budaya Aceh, seperti motif dan desain yang khas, dapat lebih diterima dan diapresiasi oleh masyarakat.

Harapan dan Rekomendasi untuk Masa Depan

Harapan masyarakat Muslim di Kota Banda Aceh terhadap masa depan industri *fashion* halal mencakup aspirasi untuk melihat ekosistem industri yang lebih inovatif, berkualitas, dan transparan. Masyarakat menginginkan adanya diversifikasi produk yang tidak hanya mengikuti tren mode terkini, tetapi tetap teguh pada koridor syariah. Kualitas produk yang mencakup aspek kenyamanan, daya tahan, dan estetika menjadi tuntutan utama, karena produk yang berkualitas diyakini akan memperluas adopsi *fashion* halal di kalangan masyarakat luas.

Terkait standar teknis, Informan 10 (I10) memberikan penegasan mengenai parameter ideal yang diharapkan dari sebuah produk bersertifikat:

Sertifikasi halal dalam produk *fashion* adalah proses penilaian dan pemberian sertifikat oleh lembaga yang berwenang, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Indonesia, untuk memastikan bahwa produk *fashion*, termasuk pakaian, aksesoris dan alas kaki, sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Fokus utama sertifikasi ini adalah memastikan bahwa bahan, proses produksi, hingga distribusi tidak melibatkan elemen atau praktik yang haram.

Selain kualitas fisik, aspek keterbukaan informasi menjadi harapan krusial. Masyarakat ingin mengetahui dengan pasti asal-usul bahan dan validitas sertifikasi guna menjamin kehalalan produk yang mereka konsumsi. Dalam konteks tren, Informan 7 (I7) berharap agar industri ini mampu menjadi pelopor gaya baru yang tidak bersifat sesaat:

Harapannya industri *fashion* halal dapat lebih unggul dan merata, transparan dan juga efisien lalu berkomitmen terhadap gebrakan baru ini. Dan juga industri ini diharapkan bisa menjadi trend terbaru dalam dunia *fashion* dan dapat bertahan lama trend-nya.

Berdasarkan berbagai aspirasi yang telah dihimpun, penelitian ini merumuskan beberapa rekomendasi strategis bagi para pemangku kepentingan yang pertama-tama ditujukan kepada para produsen. Para pelaku industri sangat disarankan untuk meningkatkan standar kualitas bahan baku dan terus berinovasi dalam desain kreatif guna menarik minat konsumen muda. Transparansi mengenai proses produksi serta sumber bahan harus menjadi prioritas utama untuk membangun kepercayaan pasar yang lebih luas. Hal ini sejalan dengan pandangan Informan 3 (I3) yang menekankan bahwa sertifikasi halal harus dipandang sebagai nilai tambah strategis:

Saya menyarankan kepada seluruh elemen masyarakat untuk turut andil dalam mendukung upaya sertifikasi halal ini. Karena menurut saya, sertifikasi halal dapat menjadi daya saing yang kuat di pasar *fashion*, terutama untuk memenuhi kebutuhan konsumen Muslim. Dengan mengutamakan transparansi, inovasi dan pemasaran yang relevan, produsen *fashion* dapat membangun merek yang dipercaya dan dihormati, sekaligus memperluas pangsa pasar mereka.

Selanjutnya, rekomendasi ditujukan kepada pemangku kepentingan, khususnya pemerintah



daerah, yang perlu memperkuat regulasi pendukung ekosistem industri halal, memberikan insentif bagi produsen yang taat asas, serta memfasilitasi jaringan distribusi baik secara daring maupun luring. Kolaborasi antara desainer, akademisi, dan lembaga pendidikan juga dianggap mendesak untuk dilakukan melalui program pelatihan keterampilan yang berfokus pada standar industri halal. Perhatian khusus pada Kota Banda Aceh sebagai ibu kota sangat diperlukan untuk memposisikan wilayah ini sebagai pusat *fashion* halal nasional. Sejalan dengan itu, lembaga sertifikasi disarankan untuk mengintensifkan sosialisasi mengenai pentingnya sertifikasi halal dan menyederhanakan birokrasi dalam proses pengajuannya agar lebih efisien. Komitmen untuk memeratakan jangkauan sertifikasi ke seluruh lapisan produsen, mulai dari skala mikro hingga besar, menjadi faktor krusial guna menjamin kepastian hukum bagi seluruh konsumen Muslim.

Implementasi dari berbagai rekomendasi ini diharapkan mampu menciptakan industri *fashion* halal di Banda Aceh yang tidak hanya memenuhi kriteria syariah, tetapi juga memiliki daya saing global. Dengan dukungan yang sinergis antara produsen, pemerintah, dan lembaga sertifikasi, pertumbuhan industri ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi kesejahteraan ekonomi masyarakat secara inklusif serta memperkuat kepercayaan publik terhadap produk lokal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi *halal fashion* memiliki dampak signifikan terhadap masyarakat Muslim di Kota Banda Aceh. Masyarakat menunjukkan pemahaman yang baik tentang pentingnya sertifikasi halal, yang mereka anggap sebagai jaminan kehalalan dan kesesuaian produk dengan nilai-nilai agama. Sikap dan perilaku masyarakat dipengaruhi oleh nilai-nilai agama yang kuat, serta pengaruh sosial dan budaya yang mendukung penerimaan produk *fashion* halal. Media sosial juga berperan penting dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang *fashion* halal. Namun, masih terdapat tantangan terkait kualitas produk, transparansi dalam proses sertifikasi dan pemahaman yang bervariasi di kalangan masyarakat. Dengan demikian, penting bagi produsen dan lembaga terkait untuk meningkatkan edukasi dan informasi mengenai sertifikasi halal. Selain itu, kolaborasi antara pemangku kepentingan, produsen dan lembaga pendidikan diperlukan untuk menciptakan program yang mendukung pengembangan industri *fashion* halal di Banda Aceh.

Artikel ini memberikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, antara lain: melakukan studi perbandingan regional untuk membandingkan sikap masyarakat terhadap sertifikasi halal dalam *fashion* dan memahami perbedaan budaya yang ada; mengkaji tren inovasi dalam desain dan produksi *fashion* halal, termasuk penggunaan teknologi baru. Selain itu, penting untuk mengeksplorasi persepsi masyarakat non-Muslim terhadap produk *fashion* halal guna memahami potensi pasar yang lebih luas. Dengan melakukan penelitian-penelitian ini, diharapkan dapat memperkuat pemahaman tentang sertifikasi halal dalam *fashion* dan pengaruhnya terhadap masyarakat serta industri secara keseluruhan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Afiyah. (2024). Perkembangan Industri Halal Fesyen : Peluang dan Tantangan. *Tsarwah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9.
- Agus, P. A. (2017). Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 150–165. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2172>
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2016). *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta.
- Awal-abm, A. D. I. (2012). Ulama dalam Dinamika Sosial dan Budaya Masyarakat Aceh di Awal Abad Kedua Puluh Satu. *Humaniora*, 23(3), 315–325.
- Biro Hubungan Masyarakat, D. dan I. (2021). *Jumlah Penduduk Menurut Agama*. Satu Data Kementerian Agama RI. <https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-penduduk-menurut-agama>
- Faidah, M. (2017). Sertifikasi Halal di Indonesia dari Civil Society menuju Relasi Kuasa antara Negara dan Agama. *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, 11, 449. <https://doi.org/10.15642/islamica.2017.11.2.449-476>
- Firdaus, F. (2023). Implikasi Sertifikat Halal Dalam Manejemen Bisnis Industri Makanan Dan Minuman. *At-Tawazun, Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(02), 39–54. <https://doi.org/10.55799/tawazun.v11i02.322>
- Hijrah Lahaling, K. M. & S. R. (2015). Hakikat Labelisasi Halal terhadap Perlindungan Konsumen di Indonesia. *Hasanuddin Law Review*. <https://doi.org/10.20956/halrev.v1n2.84>
- Humas Kota Banda Aceh. (2022). *Agama*. Pemerintah Kota Banda Aceh. <https://bandaacehkota.go.id/p/agama.html>
- Kusnandar, V. B. (2021). *Provinsi Aceh Miliki Persentase Penduduk Muslim Terbesar Nasional pada Juni 2021*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/5fd4d61e0824624/provinsi-aceh-miliki-persentase-penduduk-muslim-terbesar-nasional-pada-juni-2021>
- Mackiewicz, J. (2018). A Mixed-Method Approach. In *Writing Center Talk over Time*. <https://doi.org/10.4324/9780429469237-3>
- Maulida, R. (2013). Urgensi Regulasi Dan Edukasi Produk Halal Bagi Konsumen. *Justicia Islamica*, 10(2). <https://doi.org/10.21154/justicia.v10i2.153>
- Maulina, P., Triantoro, D. A., & Fitri, A. (2023). Identitas, Fesyen Islam Populer, dan Syariat Islam: Negosiasi dan Kontestasi Muslimah Aceh. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 18(2), 62–76. <https://doi.org/10.31603/cakrawala.9419>
- Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia. (2014). UU No.33 Tahun 2014 (2014). *UU No.33 Tahun 2014*, 1. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>
- Nadha, C. (2022). *Kini, Sudah Ada Kain Tenun yang Kantongi Sertifikat Halal*. Halalmui.Org. <https://halalmui.org/kini-sudah-ada-kain-tenun-yang-kantongi-sertifikat-halal/>
- Nashirun. (2020). Makanan Halal dan Haram dalam Perspektif Al-Qur'an. *Halalan Thayyiban: Jurnal Kajian Manajemen Halal Dan Pariwisata Syariah*, 3(2), 1–15.
- Primadhyta, S. (2017). *Industri Halal Jadi Pelumas Perluasan Pasar Bank Syariah*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20171109114632-78-254536/industri->



halal-jadi-pelumas-perluasan-pasar-bank-syariah

- Razali, R., Febriansyah, S., & Hilmi, H. (2020). Pemikiran Ekonomi Al-Maududi Dalam Perspektif Post-Modernism. *Ekonis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 22(1). <https://doi.org/10.30811/ekonis.v22i1.1909>
- Razali, R., Syahputra, A., & Ulfah, A. K. (2021). Industri Halal di Aceh: Strategi dan Perkembangan. *JURNAL AL-QARDH*, 6(1), 17–29. <https://doi.org/10.23971/jaq.v6i1.2733>
- Rostina, Hartini, & Devilla, R. (2021). "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Inovasi Produk. *Jurnal Ilmiah Pena*, 15(02), 43–47.
- Sa'diah, H. (2022). *PENGARUH FASHIONABLE DALAM BERPAKAIAN ISLAMI DI ACEH (STUDI KASUS MAHASISWI DI BANDA ACEH)*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Sari, I. K. (2016). *Heboh Kerudung Halal Zoya, Ini Reaksi Para Netizen*. Wolipop Detik.Com. <https://wolipop.detik.com/hijab-update/d-3133869/heboh-kerudung-halal-zoya-ini-reaksi-para-netizen>
- Srisusilawati, P., Prasetyo, S. N., Nur Hamidah, S. A., Rihhadatull 'Aisy, R. A., & Oktavia, R. (2024). Tren dan Perkembangan *Fashion* Syariah Pada Era Modern di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 953. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12319>
- Sudarmiatin, S., Khoirul Anam, F., & Wafarettta, V. (2020). The Intention of Halal Certification by Micro Business. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i9.7322>
- Sudarwan Danim. (2013). *Menjadi Peneliti Kualitatif* (2nd ed.). Pustaka Setia.
- Sugiyono, D. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Supriyadi, E. I., & Asih, D. B. (2021). Regulasi Kebijakan Produk Makanan Halal Di Indonesia. *Jurnal RASI*, 2(1), 18–28. <https://doi.org/10.52496/rasi.v2i1.52>
- Vanany, I., Soon, J. M., Maryani, A., & Wibawa, B. M. (2019). Determinants of halal-food consumption in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(2), 507–521. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2018-0177>
- Yayuh Khufibasyaris, & Suhendi, H. (2024). PENGARUH TREN HIJAB FASHION DI MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP CARA BERPAKAIAN ISLAMI MAHASISWI UNISBA FAKULTAS DAKWAH ANGKATAN 2019. *HIKMAH: Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 1–10. <https://doi.org/10.29313/hikmah.v4i1.3361>
- Zaenal, A. (2024). *Pengembangan Industri Halal untuk Menembus Pasar Global*. Aceh Antara News. <https://aceh.antaranews.com/rilis-pers/4448829/pengembangan-industri-halal-untuk-menembus-pasar-global>
- Zailani, S., Kanapathy, K., Iranmanesh, M., & Tieman, M. (2015). Drivers of halal orientation strategy among halal food firms. *British Food Journal*, 117(8), 2143–2160. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2015-0027>
- Zulham. (2018). *Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*. Kencana.