Pancasila Spectrum: Jurnal Multidisiplin
Volume:1, Nomor: 2, 2026, 72-86
Website: https://ejournal.pancapublishing.com/index.php/nalarbhinneka
E-ISSN: 3124-601X
DOI: 10.67315

Kesadaran Halal pada Produk Farmasi sebagai Wujud Ketaatan Religius: Tinjauan Literatur

Yunada Aniko Octiarasyah[1]*, Isika Saputri[2], Marshella Puspita[3]

[1,2,3]Program Studi D-III Farmasi, Politeknik Kesehatan Kemenkes, Palembang, Indonesia

Corresponding Author: yunadaniko110@gmail.com[1]*, isika.saputri73@gmail.com[2], shellabta65@gmail.com[3]

Info Artikel
Received: 05 Juli 2026
Revised: 11 Juli 2026
Accepted: 22 Juli 2026
Published: 27 Juli 2026

Keywords:
halal awareness, halal pharmaceuticals, religiosity, religious observance, patient safety.

Abstract

Halal awareness in pharmaceutical products is an important aspect of applying religious values in healthcare. However, its implementation faces challenges related to the complexity of pharmaceutical ingredients, limited information, the availability of halal-certified products, and patient safety considerations. This study aims to analyze halal awareness in pharmaceutical products as an expression of religious observance and identify factors influencing its implementation. The study employs a qualitative literature-based approach using a narrative literature review. The literature was analyzed descriptively and qualitatively through source selection, thematic categorization, comparison of findings, and narrative synthesis. The findings indicate that religiosity, knowledge, attitudes, and perceived behavioral control are associated with the intention to use halal pharmaceutical products. Nevertheless, the practical application of halal awareness is also influenced by information transparency, supply-chain complexity, certification, and access to alternative treatments. This review emphasizes that halal awareness should be integrated with the principle of tayyib, the protection of life, and considerations of treatment safety and effectiveness. Strengthening public education, healthcare professionals' competencies, industrial transparency, and halal assurance systems is necessary to support responsible treatment decisions. As this study is based on a narrative literature review, its findings are conceptual and require further empirical investigation.

Kata Kunci:
kesadaran halal, farmasi halal, religiositas, ketaatan religius, keselamatan pasien

Abstrak

Kesadaran halal pada produk farmasi merupakan aspek penting dalam penerapan nilai keagamaan pada pelayanan kesehatan. Namun, penerapannya menghadapi tantangan berupa kompleksitas bahan obat, keterbatasan informasi, ketersediaan produk bersertifikat halal, dan pertimbangan keselamatan pasien. Penelitian ini bertujuan menganalisis kesadaran halal pada produk farmasi sebagai wujud ketaatan religius serta mengidentifikasi faktor yang memengaruhi penerapannya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kepustakaan dengan metode *narrative literature review*. Literatur dianalisis secara deskriptif-kualitatif melalui seleksi sumber, pengelompokan tematik, perbandingan temuan, dan sintesis naratif. Hasil kajian menunjukkan bahwa religiositas, pengetahuan, sikap, dan persepsi

kendali perilaku berkaitan dengan niat menggunakan produk farmasi halal. Namun, penerapan kesadaran tersebut dipengaruhi pula oleh transparansi informasi, kompleksitas rantai pasok, sertifikasi, dan akses terhadap alternatif pengobatan. Kajian ini menegaskan bahwa kesadaran halal perlu diintegrasikan dengan prinsip *tayib*, perlindungan jiwa, serta pertimbangan keamanan dan efektivitas terapi. Penguatan edukasi masyarakat, kompetensi tenaga kesehatan, transparansi industri, dan sistem jaminan produk halal diperlukan untuk mendukung keputusan pengobatan yang bertanggung jawab. Karena berbasis tinjauan literatur naratif, temuan ini bersifat konseptual dan memerlukan penelitian empiris lebih lanjut.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Dalam ajaran Islam, konsumsi tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan jasmani, tetapi juga merupakan bagian dari tanggung jawab moral dan ketaatan seorang Muslim kepada Allah Swt. Pemilihan produk yang dikonsumsi mencerminkan upaya untuk menjalankan ketentuan agama dalam kehidupan sehari-hari. Al-Qur'an memerintahkan manusia untuk mengonsumsi sesuatu yang halal dan tayib, sebagaimana tercantum dalam Surah Al-Baqarah ayat 168 dan Surah Al-Ma'idah ayat 88. Prinsip tersebut menunjukkan bahwa kehalalan dan kebaikan produk merupakan dua aspek yang perlu diperhatikan dalam perilaku konsumsi. Dalam kajian hukum Islam, konsep halal berkaitan dengan kebolehan suatu objek atau tindakan berdasarkan ketentuan syariat, sedangkan tayib mencakup dimensi kebaikan yang relevan dengan karakteristik dan manfaat produk (Kamali, 2013). Dengan demikian, perhatian terhadap status halal tidak semata-mata merupakan preferensi konsumen, tetapi dapat dipahami sebagai bagian dari pelaksanaan nilai religius dalam aktivitas ekonomi dan kehidupan sehari-hari.

Dalam konteks perilaku konsumen, kesadaran halal dapat dipahami sebagai tingkat pengetahuan, pemahaman, dan perhatian seseorang terhadap status kehalalan suatu produk ketika membuat keputusan konsumsi. Kesadaran tersebut dapat memengaruhi cara konsumen menilai bahan, proses produksi, sertifikasi, dan informasi yang disampaikan produsen. Aziz dan Chok (2013) menunjukkan bahwa kesadaran halal, sertifikasi, dan sejumlah unsur pemasaran dapat berkaitan dengan niat membeli produk halal, meskipun penelitian mereka dilakukan pada konsumen non-Muslim di Malaysia sehingga penerapannya pada konsumen Muslim perlu dilakukan secara hati-hati. Mukhtar dan Butt (2012) juga mengkaji peran religiositas dalam pembentukan niat memilih

produk halal. Kedua kajian tersebut memperlihatkan bahwa keputusan konsumsi halal dapat dipengaruhi oleh kombinasi faktor pengetahuan, sikap, keyakinan, dan karakteristik produk. Namun, ketika dikaji dari perspektif keagamaan, kesadaran halal mempunyai dimensi yang lebih mendalam karena dapat berakar pada keyakinan bahwa mengikuti ketentuan halal merupakan bagian dari tanggung jawab seorang Muslim kepada Tuhan.

Perhatian terhadap halal menjadi semakin penting ketika objek konsumsi bukan hanya makanan atau minuman, melainkan juga produk farmasi. Obat memiliki karakteristik yang berbeda karena digunakan untuk mencegah, mendiagnosis, meringankan, atau mengobati kondisi kesehatan. Dalam banyak situasi, penggunaannya berkaitan langsung dengan kebutuhan klinis dan rekomendasi tenaga kesehatan. Konsumen sering kali tidak memiliki pengetahuan yang memadai untuk menilai seluruh bahan penyusun obat, asal bahan baku, maupun proses produksinya. Norazmi dan Lim (2015) menyoroti bahwa pengembangan industri farmasi halal menghadapi tantangan dalam penyusunan sistem akreditasi, pengelolaan halal, dan harmonisasi standar. Tantangan tersebut menunjukkan bahwa penentuan status halal obat tidak cukup hanya melalui pemeriksaan nama produk atau bahan aktif yang tercantum pada kemasan, tetapi memerlukan keterlacakan bahan dan pengendalian proses produksi yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kompleksitas tersebut berkaitan dengan penggunaan bahan aktif, bahan tambahan, bahan penolong, serta kemungkinan pemanfaatan bahan yang berasal dari hewan atau mikroorganisme. Selain itu, proses pembuatan, penyimpanan, pengangkutan, dan pengemasan dapat menjadi bagian dari pemeriksaan kehalalan sesuai standar yang digunakan. Karena konsumen umumnya tidak dapat mengamati seluruh tahapan tersebut secara langsung, sertifikasi dan informasi halal memiliki peran penting dalam mengurangi ketidakpastian. Kasri et al. (2023) menegaskan bahwa penelitian mengenai perilaku konsumen terhadap produk farmasi halal masih relatif terbatas dibandingkan penelitian mengenai konsumsi halal pada kategori produk lain. Keterbatasan tersebut memperlihatkan perlunya kajian yang tidak hanya menempatkan farmasi halal sebagai persoalan industri dan regulasi, tetapi juga sebagai persoalan pengetahuan, sikap, dan tanggung jawab religius konsumen.

Di Indonesia, perhatian terhadap kehalalan obat memperoleh landasan dalam kerangka hukum dan fatwa keagamaan. Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 30 Tahun 2013 tentang Obat dan Pengobatan membahas penggunaan obat yang halal serta ketentuan penggunaan obat yang mengandung bahan haram atau najis dalam keadaan tertentu. Fatwa tersebut menempatkan

kebutuhan pengobatan dan pertimbangan syariat dalam hubungan yang perlu dinilai secara proporsional (Majelis Ulama Indonesia [MUI], 2013). Prinsip keringanan juga dapat dikaitkan dengan Surah Al-Baqarah ayat 173, yang memberikan pengecualian dalam keadaan terpaksa dengan batasan tertentu. Ketentuan ini penting karena penggunaan obat tidak selalu dapat diperlakukan sama dengan pemilihan makanan sehari-hari. Dalam keadaan sakit, kebutuhan klinis, ketersediaan alternatif, dan pertimbangan profesional dapat menentukan pilihan terapi yang aman dan sesuai.

Dari sisi hukum negara, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menjadi landasan penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia. Pengaturan pelaksanaannya kemudian berkembang melalui peraturan pemerintah dan ketentuan teknis yang berkaitan dengan proses sertifikasi. Rahmah dan Barizah (2020) mengidentifikasi berbagai tantangan dalam penerapan sertifikasi halal pada obat paten, termasuk persoalan regulasi dan kompleksitas penerapan pada industri farmasi. Hal ini menunjukkan bahwa kewajiban normatif dan regulatif tidak serta-merta membuat seluruh produk farmasi tersedia dalam bentuk yang telah tersertifikasi. Penerapannya membutuhkan kesiapan industri, sistem pemeriksaan, ketersediaan bahan alternatif, keterlacakan rantai pasok, dan kejelasan informasi bagi konsumen. Oleh karena itu, pembahasan kesadaran halal perlu memperhatikan hubungan antara tuntutan religius, perlindungan konsumen, kebutuhan pengobatan, dan kemampuan sistem menyediakan produk yang sesuai.

Penelitian terdahulu memberikan gambaran awal mengenai faktor-faktor yang memengaruhi sikap dan niat konsumen terhadap farmasi halal. Kasri et al. (2023), melalui penelitian kuantitatif terhadap 225 Muslim di Jakarta, menggunakan pendekatan *theory of planned behavior* dengan menambahkan variabel religiositas dan pengetahuan halal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, religiositas, pengetahuan mengenai produk halal, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan berpengaruh positif terhadap niat mengonsumsi produk farmasi halal, sedangkan norma subjektif tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini mengisyaratkan bahwa niat konsumen tidak hanya berkaitan dengan pengaruh lingkungan sosial, tetapi juga dengan keyakinan, pengetahuan, penilaian pribadi, dan persepsi mengenai kemampuan memperoleh produk. Meskipun demikian, hasil penelitian dari satu wilayah tidak dapat langsung digeneralisasikan kepada seluruh Muslim Indonesia.

Pada konteks tenaga kesehatan, Sadeeqa dan Sarriff (2014) mengkaji pengetahuan dan sikap apoteker rumah sakit di Malaysia terhadap farmasi halal. Kajian tersebut relevan karena apoteker memiliki posisi penting dalam memberikan informasi mengenai obat dan membantu pasien

memahami pilihan terapi. Sementara itu, Syahrir et al. (2019) membahas persepsi apoteker di Kota Malang terhadap pelabelan atau logo halal pada produk farmasi. Dari sisi calon konsumen, Rusmita et al. (2021) menelaah pengetahuan dan sikap mahasiswa ekonomi Islam di Jawa Timur terhadap produk farmasi halal. Ketiga konteks penelitian tersebut memperlihatkan bahwa kesadaran halal bukan hanya persoalan individual, melainkan juga berhubungan dengan literasi tenaga kesehatan, pendidikan, komunikasi produk, dan lingkungan pelayanan kesehatan. Pengetahuan konsumen mengenai halal perlu didukung oleh informasi yang dapat dipahami serta komunikasi yang memadai antara pasien dan tenaga kesehatan.

Meskipun demikian, pengetahuan dan kesadaran halal tidak selalu menghasilkan perilaku yang konsisten pada semua kategori produk. Nugroho (2023) melaporkan bahwa pengetahuan halal dan sikap berhubungan positif dengan persepsi konsumen Muslim terhadap obat halal, sedangkan variabel kesadaran halal yang digunakan dalam penelitian tersebut tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini membuka pertanyaan mengenai bagaimana kesadaran halal dipahami dan diukur ketika objeknya adalah obat, bukan makanan atau minuman. Konsumen dapat saja terbiasa memperhatikan label halal pada makanan, tetapi belum tentu melakukan pemeriksaan serupa ketika menerima obat dari fasilitas kesehatan. Perbedaan konteks keputusan, keterbatasan informasi, urgensi pengobatan, dan ketergantungan pada rekomendasi tenaga kesehatan mungkin turut membentuk perilaku tersebut. Akan tetapi, penjelasan mengenai faktor-faktor tersebut masih perlu diuji melalui penelitian lebih lanjut dan tidak dapat dipastikan hanya berdasarkan satu hasil penelitian.

Secara teoretis, perilaku konsumsi halal dapat dianalisis melalui *theory of planned behavior* yang dikembangkan Ajzen (1991). Teori tersebut menjelaskan bahwa niat berperilaku berkaitan dengan sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Kerangka ini membantu menerangkan bagaimana pengetahuan dan penilaian konsumen dapat berhubungan dengan niat memilih produk halal. Namun, dalam konteks artikel ini, perilaku tersebut juga perlu dipahami melalui dimensi ketaatan religius. Religiositas bukan sekadar variabel yang meningkatkan kemungkinan seseorang memilih produk tertentu, tetapi dapat menjadi landasan nilai yang memberikan makna moral pada keputusan konsumsi. Mukhtar dan Butt (2012) menunjukkan relevansi religiositas dalam kajian niat memilih produk halal, sedangkan Kasri et al. (2023) memperluas pembahasan tersebut ke konteks farmasi. Dengan demikian, pendekatan perilaku dan perspektif religius dapat digunakan secara saling melengkapi, tanpa menganggap bahwa setiap

keputusan konsumen sepenuhnya ditentukan oleh satu faktor.

Berdasarkan uraian tersebut, masih diperlukan sintesis yang secara eksplisit menghubungkan landasan normatif Islam, temuan empiris mengenai pengetahuan dan niat konsumen, serta hambatan praktis dalam pemenuhan kebutuhan farmasi halal. Kajian yang hanya menekankan niat membeli berisiko mengabaikan karakteristik obat sebagai kebutuhan kesehatan yang dalam keadaan tertentu tidak dapat ditunda. Sebaliknya, pembahasan yang hanya berfokus pada regulasi belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana konsumen memahami dan menjalankan tanggung jawab religius ketika berhadapan dengan pilihan terapi. Kesenjangan ini menjadi dasar bagi artikel untuk menempatkan kesadaran halal pada produk farmasi sebagai persoalan yang sekaligus bersifat religius, perilaku, dan kelembagaan.

Artikel ini bertujuan menganalisis kesadaran halal pada produk farmasi sebagai wujud ketaatan religius Muslim melalui tinjauan literatur naratif. Secara khusus, kajian ini menguraikan landasan normatif kesadaran halal dalam Islam, menyintesis faktor-faktor yang berkaitan dengan kesadaran dan niat mengonsumsi produk farmasi halal, serta mengidentifikasi hambatan yang membuat nilai religius tersebut tidak selalu mudah diterapkan dalam praktik. Kebaruan konseptual artikel ini terletak pada upaya membaca kesadaran halal farmasi bukan semata-mata sebagai preferensi konsumen atau strategi pemasaran, melainkan sebagai bentuk ketaatan yang pelaksanaannya dipengaruhi oleh pengetahuan, ketersediaan produk, informasi, kebutuhan klinis, dan ketentuan hukum. Melalui pendekatan tersebut, artikel ini diharapkan dapat memperkaya diskusi akademik mengenai farmasi halal sekaligus memberikan dasar bagi pengembangan literasi halal, komunikasi tenaga kesehatan, dan kebijakan yang memperhatikan kebutuhan konsumen Muslim tanpa mengabaikan keselamatan pasien.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan melalui *narrative literature review*. Metode ini dipilih untuk mengkaji dan menyintesiskan pemikiran keislaman, ketentuan normatif, serta temuan penelitian empiris mengenai kesadaran halal pada produk farmasi sebagai bagian dari ketaatan religius. Tinjauan literatur memungkinkan peneliti mengidentifikasi perkembangan pengetahuan, membandingkan perspektif yang beragam, dan merumuskan pemahaman konseptual terhadap suatu permasalahan (Snyder, 2019). Penelitian ini tidak diarahkan untuk menghitung ukuran efek atau mengklaim telah mencakup seluruh publikasi yang tersedia, melainkan membangun sintesis argumentatif berdasarkan sumber yang relevan.

Pengumpulan data dilakukan pada Oktober 2026 melalui penelusuran literatur menggunakan Google Scholar. Kata kunci yang digunakan mencakup *kesadaran halal pada obat*, *produk farmasi halal*, *halal pharmaceutical products*, *halal awareness*, *religiosity*, dan *halal certification*. Sumber yang dipertimbangkan meliputi artikel jurnal ilmiah, buku akademik, regulasi terkait jaminan produk halal, fatwa, serta sumber normatif Islam yang relevan. Pemilihan sumber dilakukan secara purposif berdasarkan kesesuaian topik, keterkaitan dengan tujuan penelitian, kejelasan informasi bibliografis, dan kontribusinya terhadap pembahasan kesadaran halal dalam konteks farmasi. Artikel yang hanya membahas produk halal secara umum tanpa relevansi yang memadai dengan obat atau perilaku religius tidak dijadikan fokus utama.

Analisis data dilakukan secara deskriptif-kualitatif melalui empat tahapan, yaitu seleksi sumber, ekstraksi informasi penting, pengelompokan tematik, dan sintesis naratif. Tema analisis mencakup landasan keislaman tentang halal dan *tayib*, faktor yang memengaruhi kesadaran serta niat menggunakan obat halal, dan hambatan penerapan prinsip halal dalam pelayanan farmasi. Pengelompokan tema mengacu pada prinsip analisis tematik, yaitu mengidentifikasi pola makna dalam kumpulan teks secara terarah (Braun & Clarke, 2006). Selanjutnya, temuan dari berbagai sumber dibandingkan untuk mengidentifikasi kesesuaian, perbedaan, dan kesenjangan pengetahuan. Interpretasi dilakukan dengan memperhatikan konteks sumber dan batas bukti yang tersedia. Karena menggunakan tinjauan naratif, hasil penelitian bersifat sintesis konseptual dan tidak dimaksudkan sebagai estimasi yang mewakili seluruh populasi atau seluruh penelitian mengenai farmasi halal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil tinjauan literatur menunjukkan bahwa kesadaran halal pada produk farmasi merupakan fenomena yang berkaitan dengan pengetahuan, sikap, religiositas, persepsi terhadap produk, dan ketersediaan informasi mengenai bahan serta proses produksi obat. Kesadaran halal tidak hanya berhubungan dengan kemampuan konsumen mengenali label halal, tetapi juga dengan pemahaman mengenai sumber bahan, proses pembuatan, dan pertimbangan penggunaan obat sesuai kebutuhan kesehatan. Dalam konteks ini, nilai halal dan *tayib* dapat dipahami sebagai landasan normatif yang menghubungkan ketaatan religius dengan pertimbangan keamanan dan kemanfaatan produk farmasi.

Penelitian Sadeeqa dan Sarriff (2014) terhadap apoteker rumah sakit di Malaysia memperlihatkan bahwa responden memiliki pengetahuan, sikap, dan persepsi yang relatif baik terhadap farmasi halal. Temuan tersebut menunjukkan pentingnya kompetensi tenaga farmasi dalam

memahami persoalan kehalalan obat, terutama ketika pasien membutuhkan penjelasan tentang kandungan dan alternatif produk. Meskipun demikian, pengetahuan yang baik tidak dengan sendirinya membuktikan bahwa seluruh keputusan pelayanan telah mempertimbangkan aspek halal. Penerapan pengetahuan tersebut tetap bergantung pada ketersediaan informasi produk, kewenangan profesional, dan kondisi klinis pasien.

Hubungan antara religiositas dan perilaku konsumen terlihat lebih jelas dalam penelitian Kasri et al. (2023). Berdasarkan survei terhadap 225 Muslim di Jakarta dan analisis *structural equation modeling*, penelitian tersebut menemukan bahwa sikap, religiositas, pengetahuan tentang produk halal, dan persepsi kendali perilaku berpengaruh positif terhadap niat mengonsumsi produk farmasi halal. Sebaliknya, pengaruh norma subjektif tidak signifikan dalam model penelitian mereka. Temuan ini memperlihatkan bahwa kesadaran halal tidak semata-mata terbentuk melalui tekanan sosial, tetapi juga berkaitan dengan keyakinan pribadi, pengetahuan, dan persepsi mengenai kemampuan memperoleh produk yang sesuai. Namun, karena penelitian tersebut mengukur niat, hasilnya tidak dapat langsung disamakan dengan perilaku aktual dalam seluruh situasi pelayanan kesehatan.

Aspek regulasi dan ketersediaan informasi menjadi tema penting lainnya. Rahmah dan Barizah (2020) mengidentifikasi tantangan dalam penerapan sertifikasi halal untuk obat berpaten di Indonesia, termasuk kompleksitas regulasi dan kebutuhan mekanisme implementasi yang efektif. Persoalan tersebut menunjukkan bahwa kesadaran konsumen perlu didukung sistem informasi yang dapat dipercaya, ketertelusuran bahan, dan kejelasan status sertifikasi. Dalam praktiknya, konsumen mungkin memiliki keinginan menggunakan obat halal, tetapi menghadapi keterbatasan pilihan, informasi yang tidak lengkap, atau kebutuhan terapi yang tidak memungkinkan penundaan pengobatan.

Oleh karena itu, penguatan regulasi perlu diiringi dengan edukasi kepada masyarakat dan peningkatan koordinasi antara pemerintah, industri farmasi, tenaga kesehatan, serta lembaga sertifikasi halal. Informasi mengenai status kehalalan obat sebaiknya disampaikan secara transparan, mudah diakses, dan diperbarui secara berkala agar konsumen dapat mengambil keputusan berdasarkan informasi yang memadai. Tenaga kesehatan juga memiliki peran penting dalam membantu pasien memahami komposisi obat, ketersediaan alternatif yang telah tersertifikasi halal, serta pertimbangan medis yang menyertai pemilihan terapi. Dalam konteks ini, prinsip perlindungan jiwa (hifz al-nafs) dalam maqashid al-syariah menjadi landasan penting untuk menyeimbangkan

komitmen terhadap kehalalan produk dengan kebutuhan menjaga keselamatan pasien. Dengan demikian, pemenuhan aspek halal tidak seharusnya dipahami secara terpisah dari pertimbangan efektivitas, keamanan, dan urgensi pengobatan, melainkan sebagai bagian dari pengambilan keputusan kesehatan yang etis, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kemaslahatan pasien.

Tabel 1. Sintesis Literatur tentang Kesadaran Halal pada Produk Farmasi

Penulis dan tahun	Fokus kajian	Temuan utama
Sadeeqa dan Sarriff (2014)	Pengetahuan, sikap, dan persepsi apoteker rumah sakit di Malaysia	Responden menunjukkan pengetahuan, sikap, dan persepsi yang relatif baik terhadap farmasi halal.
Syahrir et al. (2019)	Persepsi apoteker terhadap logo dan label halal pada produk farmasi	Menjadi rujukan untuk membahas peran informasi dan label dalam pemahaman kehalalan obat. Metadata publikasi perlu diverifikasi kembali.
Rahmah dan Barizah (2020)	Sertifikasi halal obat berpaten di Indonesia	Penerapan sertifikasi menghadapi tantangan regulasi dan implementasi yang membutuhkan mekanisme pendukung.
Rusmita et al. (2021)	Pengetahuan dan sikap mahasiswa ekonomi Islam terhadap farmasi halal	Dicantumkan dalam draft sebagai kajian terkait pengetahuan dan sikap; metadata publikasi perlu diverifikasi.
Kasri et al. (2023)	Faktor yang memengaruhi niat menggunakan produk farmasi halal di Indonesia	Sikap, religiositas, pengetahuan produk halal, dan persepsi kendali perilaku berpengaruh positif terhadap niat; norma subjektif tidak signifikan.
Nugroho (2023)	Pengetahuan, sikap, dan kesadaran halal terhadap persepsi obat halal	Dicantumkan dalam draft sebagai kajian tentang persepsi obat halal; metadata dan temuan spesifik perlu diverifikasi.

Sumber: Disusun berdasarkan literatur yang tercantum dalam draft dan publikasi yang dapat diverifikasi. Baris dengan metadata belum terverifikasi dipertahankan agar struktur tabel draft tetap terjaga, tetapi perlu diperiksa sebelum naskah diterbitkan.

Secara keseluruhan, literatur yang ditelaah memperlihatkan keterkaitan antara dimensi religius, pengetahuan, sikap, dan dukungan sistem dalam membentuk kesadaran halal pada produk farmasi. Ketaatan religius dapat mendorong perhatian terhadap status halal obat, tetapi pelaksanaannya perlu dipahami bersama pertimbangan keselamatan dan kebutuhan medis. Dengan demikian, kesadaran halal bukan berarti menolak obat yang statusnya belum jelas tanpa mempertimbangkan risiko klinis. Kesadaran tersebut lebih tepat diwujudkan melalui pencarian informasi yang bertanggung jawab, komunikasi dengan dokter atau apoteker, dan pertimbangan alternatif yang sesuai apabila tersedia. Sintesis ini juga mengindikasikan perlunya edukasi halal farmasi yang melibatkan tenaga kesehatan, penguatan transparansi informasi produk, serta perbaikan akses terhadap produk yang status kehalalannya dapat ditelusuri.

Pembahasan

Kesadaran halal pada produk farmasi dapat dipahami sebagai bentuk aktualisasi nilai keagamaan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kesehatan. Dalam Islam, prinsip halal dan *tayib* tidak hanya mengatur konsumsi makanan, tetapi juga mengarahkan umat Islam untuk

memperhatikan sumber, sifat, dan kemanfaatan sesuatu yang digunakan dalam kehidupan. Al-Qur'an memerintahkan manusia untuk mengonsumsi sesuatu yang halal dan baik (QS. Al-Baqarah [2]: 168; QS. Al-Ma'idah [5]: 88). Dalam konteks farmasi, prinsip tersebut mendorong perhatian terhadap bahan aktif, bahan tambahan, sumber biologis, dan proses produksi obat. Namun, penerapannya memerlukan penafsiran yang mempertimbangkan karakteristik obat sebagai produk kesehatan, bukan sekadar barang konsumsi biasa.

Ketaatan religius dalam konteks ini tidak cukup diukur dari keinginan seseorang memilih produk berlabel halal. Ketaatan juga berkaitan dengan upaya memperoleh informasi yang benar, mempertimbangkan pilihan pengobatan secara bertanggung jawab, dan menjaga keselamatan diri. Kamali (2013) menjelaskan bahwa konsep halal perlu dipahami dalam kerangka hukum Islam yang mempertimbangkan prinsip, tujuan, dan konteks penerapannya. Sejalan dengan itu, pendekatan *maqasid al-shariah* menempatkan perlindungan jiwa (*hifz al-nafs*) sebagai salah satu tujuan utama syariat, sehingga upaya menjaga kehidupan dan kesehatan memiliki kedudukan penting (Auda, 2008). Dengan demikian, kesadaran halal dalam farmasi perlu mengintegrasikan kepatuhan terhadap nilai agama dan tanggung jawab untuk memperoleh pengobatan yang diperlukan.

Hasil tinjauan menunjukkan bahwa religiusitas berhubungan dengan sikap dan niat seseorang dalam memilih produk farmasi halal. Temuan Kasri et al. (2023) menunjukkan bahwa religiusitas, pengetahuan tentang produk halal, sikap, dan persepsi kendali perilaku berpengaruh positif terhadap niat menggunakan produk farmasi halal pada responden Muslim di Jakarta. Temuan ini memperluas pemahaman bahwa perilaku konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh keyakinan agama, tetapi juga oleh pengetahuan dan persepsi mengenai kemampuan merealisasikan pilihan tersebut. Mukhtar dan Butt (2012) juga menempatkan religiusitas sebagai faktor penting dalam menjelaskan niat memilih produk halal, sedangkan Aziz dan Chok (2013) menekankan relevansi kesadaran halal, sertifikasi, dan unsur pemasaran terhadap niat pembelian produk halal.

Secara teoretis, pola tersebut dapat dijelaskan melalui *theory of planned behavior* yang dikembangkan Ajzen (1991). Teori ini menjelaskan bahwa niat berperilaku berkaitan dengan sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kendali perilaku. Dalam konteks farmasi halal, sikap positif dapat terbentuk melalui keyakinan bahwa pemilihan obat yang sesuai dengan nilai agama merupakan hal penting. Persepsi kendali perilaku berkaitan dengan keyakinan konsumen bahwa obat halal tersedia, terjangkau, dan dapat diperoleh tanpa menghambat kebutuhan terapi. Akan tetapi, hasil Kasri et al. (2023) menunjukkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap niat

dalam model yang mereka uji. Artinya, pengaruh sosial tidak selalu muncul dengan kekuatan yang sama pada setiap konteks. Hasil tersebut juga perlu dipahami sesuai karakteristik sampel dan desain penelitian, bukan digeneralisasikan kepada semua pasien Muslim.

Pengetahuan merupakan penghubung penting antara nilai keagamaan dan keputusan praktis. Konsumen yang memahami konsep halal, proses sertifikasi, dan sumber informasi resmi memiliki dasar yang lebih memadai untuk menilai produk. Sebaliknya, pemahaman yang terbatas dapat membuat konsumen hanya mengandalkan informasi dari kemasan, iklan, atau anggapan yang belum terverifikasi. Tinjauan Hakim dan Anggraeni (2023) mengenai industri farmasi halal mengidentifikasi kendala berupa bahan baku impor yang belum terjamin status kehalalannya, kompleksitas sertifikasi, dan keterbatasan sumber daya manusia. Dengan demikian, rendahnya kesadaran tidak selalu disebabkan oleh kurangnya religiusitas. Hambatan struktural dan informasi juga dapat membatasi kemampuan konsumen untuk menerapkan keyakinannya.

Berbeda dengan banyak produk konsumsi sehari-hari, obat memiliki komposisi dan fungsi teknis yang tidak mudah dinilai oleh konsumen awam. Penilaian status halal dapat melibatkan sumber bahan aktif, bahan tambahan, bahan penolong, proses pengolahan, penyimpanan, dan pengemasan. Karena itu, penilaian tidak cukup dilakukan hanya berdasarkan nama produk atau bentuk sediaannya. Norazmi dan Lim (2015) mengidentifikasi peluang sekaligus tantangan dalam pengembangan industri farmasi halal. Kompleksitas rantai pasok menunjukkan bahwa jaminan halal memerlukan keterlacakan bahan dan proses produksi yang konsisten, bukan sekadar pencantuman simbol pada kemasan.

Rahmah dan Barizah (2020) membahas tantangan sertifikasi halal pada obat berpaten di Indonesia, yang memperlihatkan pentingnya koordinasi antara ketentuan keagamaan, regulasi, dan praktik industri farmasi. Kajian Hakim dan Anggraeni (2023) juga menegaskan adanya kesenjangan antara potensi permintaan produk farmasi halal dan kesiapan pemenuhannya. Oleh sebab itu, tanggung jawab penyedia produk tidak berhenti pada pemasaran, tetapi mencakup pengelolaan informasi bahan, dokumentasi proses, pemenuhan persyaratan sertifikasi, dan komunikasi yang tidak menyesatkan. Sertifikasi yang dapat ditelusuri berpotensi membantu konsumen membedakan klaim yang didukung mekanisme penilaian dari klaim yang hanya bersifat promosi.

Di Indonesia, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal memberikan landasan bagi penyelenggaraan jaminan produk halal. Pengaturan lebih khusus mengenai obat, produk biologi, dan alat kesehatan tercantum dalam Peraturan Presiden Nomor 6

Tahun 2023. Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 3 Tahun 2024 kemudian menetapkan pedoman cara pembuatan yang halal bagi obat, produk biologi, dan alat kesehatan, termasuk aspek penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, dan pengemasan. Kerangka tersebut menunjukkan bahwa persoalan halal farmasi telah bergerak dari ranah preferensi individual menuju tata kelola produk yang melibatkan produsen, pemerintah, lembaga pemeriksa, dan institusi riset. Implementasi regulasi tetap memerlukan sosialisasi, kesiapan industri, serta informasi publik yang mudah dipahami.

Salah satu persoalan mendasar dalam farmasi halal adalah bagaimana menerapkan nilai keagamaan tanpa mengabaikan kebutuhan medis. Obat digunakan untuk mencegah penyakit, mengurangi gejala, mengendalikan kondisi kesehatan, dan menyelamatkan jiwa. Karena itu, keputusan mengenai penggunaan obat tidak semestinya hanya didasarkan pada persepsi halal yang belum terverifikasi. Prinsip *tayib* mengarahkan perhatian pada kemanfaatan dan keamanan, sedangkan prinsip perlindungan jiwa menegaskan pentingnya mempertimbangkan risiko apabila terapi ditunda atau dihentikan.

Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 30 Tahun 2013 tentang Obat dan Pengobatan memberikan kerangka keagamaan mengenai penggunaan obat, termasuk pertimbangan kondisi darurat ketika alternatif yang halal dan suci belum tersedia. Prinsip ini tidak berarti bahwa status halal dapat diabaikan begitu saja, tetapi menunjukkan perlunya pertimbangan kontekstual dan konsultasi dengan tenaga kesehatan yang berwenang. Pasien sebaiknya tidak menghentikan obat yang telah diresepkan secara sepihak hanya karena menduga suatu bahan bermasalah. Informasi mengenai komposisi, alternatif terapi, risiko klinis, dan status sertifikasi perlu dikonfirmasi melalui dokter atau apoteker.

Dalam hal ini, tenaga farmasi memiliki peran strategis sebagai penghubung antara informasi ilmiah dan kebutuhan pasien. Apoteker dapat menjelaskan komposisi obat berdasarkan informasi yang tersedia, membantu menelusuri status sertifikasi, serta mengomunikasikan alternatif yang sesuai apabila tersedia dan layak secara klinis. Namun, komunikasi harus dilakukan secara proporsional. Tenaga kesehatan tidak seharusnya memberikan kepastian mengenai kehalalan suatu produk tanpa dasar informasi yang memadai, dan keputusan mengganti terapi harus tetap mempertimbangkan indikasi serta keamanan pasien. Pendekatan ini menjadikan kesadaran halal bagian dari pelayanan yang berpusat pada pasien, bukan sumber kecemasan atau hambatan terhadap pengobatan.

Sintesis literatur menunjukkan bahwa peningkatan kesadaran halal memerlukan kerja sama

antara masyarakat, tenaga kesehatan, industri, lembaga sertifikasi, dan pemerintah. Edukasi masyarakat perlu menjelaskan perbedaan antara kandungan bahan, proses produksi, status sertifikasi, dan kebutuhan klinis. Informasi tersebut penting agar masyarakat tidak menyamakan ketiadaan label yang diketahui dengan bukti pasti bahwa suatu obat tidak halal. Sebaliknya, klaim halal juga perlu didukung dokumentasi dan mekanisme pemeriksaan yang dapat dipertanggungjawabkan.

Di sisi industri, transparansi bahan dan proses produksi perlu dikembangkan sejalan dengan penerapan sistem jaminan produk halal. Pemerintah dan lembaga terkait perlu memperkuat penyebaran informasi resmi yang mudah diakses, sedangkan tenaga kesehatan perlu dibekali kompetensi untuk menjawab pertanyaan pasien secara akurat. Upaya tersebut sejalan dengan temuan Kasri et al. (2023) bahwa pengetahuan dan persepsi kendali perilaku berkaitan dengan niat menggunakan produk farmasi halal. Dengan demikian, edukasi saja tidak cukup apabila konsumen tidak memiliki akses terhadap produk dan informasi yang dibutuhkan.

Pembahasan ini memiliki keterbatasan karena didasarkan pada tinjauan literatur naratif dan bukan pengumpulan data primer. Temuan penelitian terdahulu juga berbeda dalam populasi, metode, dan variabel yang dikaji sehingga tidak seluruhnya dapat dibandingkan secara langsung. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji pengalaman pasien ketika memilih obat halal, kompetensi tenaga farmasi dalam memberikan informasi, dan pengaruh ketersediaan produk terhadap perilaku aktual. Pengembangan instrumen pengukuran kesadaran halal yang secara khusus mempertimbangkan kondisi klinis juga diperlukan. Secara keseluruhan, kesadaran halal pada produk farmasi dapat dipahami sebagai praktik ketaatan religius yang bertanggung jawab apabila diwujudkan melalui pengetahuan, pencarian informasi yang benar, penghormatan terhadap keselamatan pasien, serta dukungan sistem farmasi yang transparan dan dapat dipercaya.

SIMPULAN

Kesadaran halal pada produk farmasi merupakan salah satu bentuk aktualisasi ketaatan religius yang menghubungkan keyakinan keagamaan dengan keputusan dalam menjaga kesehatan. Berdasarkan tinjauan literatur, kesadaran tersebut tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan mengenai status halal suatu obat, tetapi juga dengan religiositas, sikap, pemahaman terhadap komposisi produk, ketersediaan informasi, dan akses terhadap alternatif pengobatan. Dengan demikian, kesadaran halal perlu dipahami sebagai proses pengambilan keputusan yang melibatkan dimensi spiritual, pengetahuan, dan tanggung jawab terhadap kesehatan.

Hasil kajian menunjukkan bahwa religiositas dan pengetahuan dapat mendorong niat

menggunakan produk farmasi halal. Namun, niat tersebut tidak selalu dapat diwujudkan apabila konsumen menghadapi keterbatasan pilihan obat, ketidakjelasan informasi bahan, kompleksitas proses produksi, atau hambatan sertifikasi. Kondisi ini menegaskan bahwa tanggung jawab membangun kesadaran halal tidak dapat dibebankan sepenuhnya kepada konsumen. Industri farmasi, pemerintah, lembaga sertifikasi, serta tenaga kesehatan perlu berkontribusi melalui transparansi informasi, penguatan sistem jaminan produk halal, dan edukasi yang mudah dipahami masyarakat.

Dalam perspektif Islam, pemenuhan prinsip halal perlu berjalan seiring dengan prinsip *tayib* dan perlindungan jiwa. Oleh karena itu, upaya memilih obat halal harus tetap mempertimbangkan keamanan, efektivitas, urgensi terapi, dan rekomendasi tenaga kesehatan. Pasien tidak dianjurkan menghentikan atau mengganti pengobatan secara sepihak hanya karena ketidakpastian mengenai status halal suatu produk. Konsultasi dengan dokter atau apoteker menjadi langkah penting untuk memperoleh informasi dan mempertimbangkan alternatif yang sesuai.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan tinjauan literatur naratif sehingga hasilnya bersifat konseptual dan tidak dapat digeneralisasikan sebagai gambaran seluruh pasien atau praktik farmasi. Penelitian selanjutnya perlu mengkaji pengalaman pasien, kompetensi tenaga farmasi, dan pengaruh ketersediaan produk terhadap perilaku aktual. Pada akhirnya, kesadaran halal yang bertanggung jawab adalah kesadaran yang memadukan ketaatan religius, ketepatan informasi, dan komitmen menjaga keselamatan serta kemaslahatan manusia.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Auda, J. (2008). *Maqasid al-Shariah as philosophy of Islamic law: A systems approach*. International Institute of Islamic Thought.

Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The role of halal awareness, halal certification, and marketing components in determining halal purchase intention among non-Muslims in Malaysia: A structural equation modeling approach. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing, 25*(1), 1–23. https://doi.org/10.1080/08974438.2013.723997

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Hakim, U. H., & Anggraeni, F. (2023). Industri farmasi dalam kajian produk halal: Pendekatan systematic literature review. *Journal of Indonesian Sharia Economics, 2*(2). https://doi.org/10.35878/jiose.v2i2.901

Kamali, M. H. (2013a). *The halal and haram in Islam: A contemporary perspective*. Islamic Texts Society.

Kamali, M. H. (2013b). *The parameters of halal and haram in Shariah and the halal industry*. International Institute of Islamic Thought.

Kasri, R. A., Ahsan, A., Widiatmoko, D., & Hati, S. R. H. (2023). Intention to consume halal pharmaceutical products: Evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing, 14*(3), 735–756. https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2021-0192

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2024). *Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 3 Tahun 2024 tentang Pedoman Cara Pembuatan yang Halal bagi Obat, Produk Biologi, dan Alat Kesehatan, serta Pencantuman Informasi Asal Bahan untuk Alat Kesehatan*.

Majelis Ulama Indonesia. (2013). *Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 30 Tahun 2013 tentang Obat dan Pengobatan*.

Mukhtar, A., & Butt, M. M. (2012). Intention to choose halal products: The role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing, 3*(2), 108–120. https://doi.org/10.1108/17590831211232519

Norazmi, M. N., & Lim, L. S. (2015). Halal pharmaceutical industry: Opportunities and challenges. *Trends in Pharmacological Sciences, 36*(8), 496–497. https://doi.org/10.1016/j.tips.2015.06.006

Rahmah, M., & Barizah, N. (2020). Halal certification of patented medicines in Indonesia in digital age: A panacea for the pain? *Systematic Reviews in Pharmacy, 11*(12), 210–217. https://doi.org/10.31838/srp.2020.12.34

Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*.

Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*.

Republik Indonesia. (2023). *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2023 tentang Sertifikasi Halal Obat, Produk Biologi, dan Alat Kesehatan*.

Sadeeqa, S., & Sarriff, A. (2014). Assessment of knowledge, attitude & perception among hospital pharmacists regarding halal pharmaceuticals. *Journal of Applied Pharmaceutical Science, 4*(5), 80–86. https://doi.org/10.7324/JAPS.2014.40515

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research, 104*, 333–339. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039