

Aspiratif & Inspiratif

Swara

MEDIA KOMUNIKASI PHAPROS | Edisi II 2026

GALERI PERISTIWA

Phapros Dukung Edukasi Gizi Remaja Dalam Rangka Hari Gizi Nasional 2026

CAKRAWALA

Krisis Ojol: Fenomena baru warga Jakarta selama bulan puasa

POJOK HALAL

Produk AS Masuk Indonesia Tanpa Halal? Mengurai Fakta, Regulasi, dan Mekanisme Sertifikat Halal Luar Negeri



**MENYATUKAN STRATEGI, MENGERAKKAN AKSI:
RAKORNAS DIREKTORAT
PEMASARAN PHAPROS 2026**

REDAKSI

Penasihat dan Penanggung Jawab:

Direksi PT Phapros Tbk

Pimpinan Redaksi:

Zahmilia Akbar

Editor:

Kartika Kusumawandini
 Andry Pramono

Kontributor:

Titan Rahmadien Cahyani
 Stefania Orance Kun
 Ajeng Septya Alivianuyta
 Muhammad Safii Dzuhri
 Aprilia Puspa Wijaya

Publikasi:

Andharu Wahyu Jati Waskita

Layouter dan Administrasi:

Ghisna Nur Fadhila

Alamat Redaksi:

Kantor Pusat PT Phapros Tbk
 Menara Rajawali Lt.17
 Jl. Dr. Ide Anak Agung Gde Agung
 Kuningan, Jakarta Selatan
 Phone: (021) 576 2709

Sampaikan kritik dan saran Anda melalui email:

redaksiswara@phapros.co.id



Liputan Utama
Menyatukan strategi, menggerakkan aksi: Rakornas Direktorat Pemasaran Phapros 2026



Galeri Peristiwa
Donor Darah Phapros Tahap I 2026 Diikuti 119 Karyawan

Galeri Peristiwa

Phapros Dukung Edukasi Gizi Remaja Dalam Rangka Hari Gizi Nasional 2026 05

119 Karyawan Phapros Ikuti Donor Darah Tahap I 2026 05

Cakrawala

Krisis Ojol: Fenomena baru warga Jakarta selama bulan puasa 06

Sustainability

Mengurangi Timbulan Sampah Dimulai dari Rumah 07

Pojok Halal

Produk AS Masuk Indonesia Tanpa Halal? Mengurai Fakta, Regulasi, dan Mekanisme Sertifikat Halal Luar Negeri 08

Asah Otak 10



Menyatukan strategi, menggerakkan aksi: Rakornas Direktorat Pemasaran Phapros 2026

Rapat Koordinasi Nasional (Rakornas) Direktorat Pemasaran PT Phapros Tbk tahun ini dikemas dengan nuansa penuh energi, kebersamaan, dan optimisme, sejalan dengan tema besar “Menyatukan Sinergi, Mempercepat Kinerja, Mencapai Target 1,1 T”. Acara ini diselenggarakan pada 4–6 Februari 2026 di Grand Sunshine Resort & Convention, Bandung, dan diikuti oleh 129 peserta yang terdiri dari Area Manager hingga Senior Area Manager dari seluruh cabang pemasaran PT Phapros.

Selama tiga hari, para peserta tidak hanya mendapatkan pembekalan strategi bisnis, tetapi juga mengalami rangkaian aktivitas yang memperkuat kolaborasi dan rasa memiliki terhadap perusahaan.

Rakornas dibuka secara resmi oleh Bapak Jeson Maraja Siregar yang menegaskan pentingnya penyelarasan visi dan eksekusi di seluruh jajaran pemasaran.

Setelah pembukaan, acara dilanjutkan dengan pemaparan dari GM Marketing, GM Sales Reguler, GM CMA, dan Departemen KAM. Sesi ini menjadi panggung untuk memaparkan target, tantangan, dan fokus utama di tahun 2026, sekaligus menyatukan arah strategi agar seluruh tim berjalan dalam frekuensi yang sama. Paparan tersebut memberi gambaran jelas mengenai peran masing-masing fungsi dalam mendukung pencapaian target Rp1,1 triliun di tahun 2026.

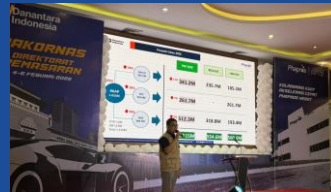
Pada malam pertama, suasana Rakornas terasa hangat dan akrab melalui games tukar kado. Setiap peserta membawa oleh-oleh khas daerah yang ditukar secara acak dalam permainan interaktif. Tawa dan cerita mengalir saat peserta saling memperkenalkan asal-usul kado yang dibawa maupun diterima. Momen ini tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga simbol keberagaman cabang Phapros di berbagai daerah yang bersatu dalam satu tujuan.

Masih di hari pertama, pada sesi malam berikutnya para peserta mendapatkan arahan strategis dari jajaran manajemen puncak, yaitu Plt. Direktur Utama sekaligus Direktur Produksi Ibu Ida Rahmi, dan Direktur Keuangan Bapak Yudhi Rangkuti. Dalam sesi ini, pimpinan menyampaikan outlook bisnis 2026, prioritas perusahaan, serta pentingnya efisiensi, inovasi, dan kolaborasi lintas fungsi. Penekanan juga diberikan pada bagaimana peran Direktorat Pemasaran menjadi garda depan dalam menggerakkan pertumbuhan perusahaan, sekaligus menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya.

Memasuki hari kedua, Rakornas diwarnai dengan kegiatan outbound team building. Berbagai permainan dirancang untuk menumbuhkan kepercayaan, koordinasi, kepemimpinan, dan kemampuan menyusun strategi bersama di lapangan.



LIPUTAN UTAMA



Aktivitas ini membuat peserta belajar bahwa keberhasilan target besar tidak mungkin tercapai hanya dengan kerja individu, tetapi memerlukan kerja tim yang solid, saling mendukung, dan mampu beradaptasi dalam dinamika yang cepat. Di sela-sela aktivitas outbound, tercipta banyak interaksi spontan yang memperkuat hubungan antar area dan cabang.

Hari kedua juga diisi dengan sesi SERASI (Serap Aspirasi), yaitu forum dialog terbuka antara peserta dengan Direktur Pemasaran dan seluruh GM Direktorat Pemasaran. Melalui sesi ini, berbagai masukan, tantangan di lapangan, serta ide perbaikan proses disampaikan secara langsung dan konstruktif. Peserta merasa mendapatkan ruang untuk menyuarakan kondisi nyata di area masing-masing, sekaligus melihat bahwa manajemen terbuka terhadap aspirasi dari bawah.

“SERASI menjadi momen berharga bagi kami. Banyak hal teknis dan strategis yang selama ini hanya jadi bahan diskusi internal cabang akhirnya bisa disampaikan dan ditanggapi langsung oleh manajemen.

Ini membuat kami merasa lebih dilibatkan,” ujar salah satu Senior Area Manager.

Sebagai bentuk penguatan komitmen dan penyelarasan langkah, peserta mengikuti workshop strategi 2026. Dalam sesi ini, setiap kelompok diminta menerjemahkan arahan strategis perusahaan ke dalam rencana aksi yang konkret, terukur, dan relevan dengan kondisi area masing-masing. Malam puncak Rakornas dikemas dalam acara Awarding Night yang penuh apresiasi dan kehangatan. Acara diawali dengan penandatanganan komitmen bersama, sebagai simbol tekad kolektif seluruh peserta untuk mendukung pencapaian target dan menjalankan strategi yang telah disepakati.

Setelah itu, dilanjutkan dengan penganugerahan **Best Performance 2025** untuk berbagai kategori jabatan, mulai dari MR, AM, SAM, RM, hingga PM terbaik. Penghargaan ini diberikan sebagai bentuk apresiasi kepada insan-insan pemasaran yang telah menunjukkan kinerja unggul, kontribusi nyata, dan semangat juang yang tinggi sepanjang tahun sebelumnya.

Malam penghargaan semakin meriah dengan kompetisi Best Dresscode bertema “Fast and Furious”, diiringi hiburan dan sesi ramah tamah yang mempererat kebersamaan peserta.

Di hari terakhir, rangkaian acara ditutup dengan sesi refleksi dan penegasan komitmen yang telah dibangun selama Rakornas. Peserta kembali ke wilayah masing-masing dengan membawa semangat baru, jaringan yang lebih luas, pemahaman yang lebih utuh, serta tekad kuat untuk berkontribusi dalam pencapaian target 1,1 triliun di tahun 2026.

Rakornas Direktorat Pemasaran PT Phapros 2026 menjadi bukti bahwa ketika kolaborasi kuat, akselerasi cepat, dan semangat Phapros hebat berjalan beriringan, tantangan besar dapat dihadapi dengan optimisme. Dengan pondasi komitmen yang telah dibangun di Bandung, seluruh insan pemasaran siap melesat lebih jauh dan membawa Phapros ke tingkat yang lebih tinggi di tahun 2026.

Oleh: Titan Rahmadien C.

Phapros Dukung Edukasi Gizi Remaja Dalam Rangka Hari Gizi Nasional 2026



Dalam rangka memperingati Hari Gizi Nasional 2026, PT Phapros Tbk melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) mendukung kegiatan edukasi gizi yang diselenggarakan oleh Yayasan Anantaka di Kota Semarang pada 3 & 5 Februari 2026 di SMPN 2 Semarang dan SMPN 5 Semarang.

Kegiatan yang mengusung tema “*Sang Gigi Manis (Sadar Anjuran Gizi, Giat Kurangi Makanan dan Minuman Manis)*” ini bertujuan meningkatkan kesadaran remaja akan pentingnya pola konsumsi sehat, khususnya mengurangi asupan makanan dan minuman manis yang berisiko terhadap kesehatan.

Sebagai bentuk dukungan, PT Phapros Tbk menghadirkan narasumber edukasi kesehatan, menyediakan konsumsi peserta, serta perlengkapan kegiatan. Dr. Yulia Ratnasari yang merupakan dokter perusahaan dan Manager EHS Ibu Haninta Rakhmaningsih menjadi narasumber pada kesempatan kegiatan ini.

Kegiatan ini juga didukung PT Kimia Farma Diagnostika (KFD) melalui layanan cek gula darah gratis bagi peserta sebagai upaya deteksi dini kesehatan metabolik sejak remaja.

Melalui kegiatan ini diharapkan para siswa dapat memahami pentingnya menjaga pola makan seimbang serta membangun kebiasaan hidup sehat sejak dini.

PT Phapros Tbk berharap kegiatan edukasi ini dapat terus berlanjut dan memberikan dampak positif bagi masyarakat serta mendukung program pemerintah dalam peningkatan kesadaran gizi nasional.

Oleh: Stefania Orance Kun

GALERI PERISTIWA

Donor Darah Phapros Tahap I 2026 Diikuti 119 Karyawan

PT Phapros melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) bekerja sama dengan PMI Kota Semarang dan PMI Provinsi Jawa Tengah telah sukses melaksanakan kegiatan donor darah tahap I pada tanggal 4 & 9 Februari 2026 yang bertempat di Kantor Imam Bonjol dan Pabrik Simongan. Kegiatan ini merupakan agenda rutin PT Phapros Tbk sebagai bentuk kontribusi sosial kepada masyarakat sekaligus upaya menjaga kesehatan dan kebugaran karyawan.

Donor darah tidak hanya memberikan manfaat bagi penerima, tetapi juga berdampak positif bagi kesehatan pendonor. Oleh karena itu, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi bagian dari gaya hidup sehat karyawan serta menumbuhkan kesadaran untuk berbagi kepada sesama. Antusiasme karyawan yang tinggi terlihat dari jumlah partisipasi yang melampaui target yang telah ditetapkan.

Kegiatan donor darah berlangsung dengan lancar selama kurang lebih tiga jam, dimulai pukul 08.00 hingga 11.00 WIB.

Sebanyak 119 karyawan berhasil mendonorkan darahnya. Pelaksanaan kegiatan didukung oleh 5 petugas dari PMI Provinsi Jawa Tengah dan 6 petugas dari PMI Kota Semarang yang memastikan seluruh rangkaian kegiatan berjalan sesuai prosedur. Secara keseluruhan, kegiatan donor darah tahap I tahun 2026 berjalan dengan baik tanpa hambatan.

Melalui kegiatan ini, TJSL Phapros menegaskan komitmennya untuk terus menyelenggarakan kegiatan donor darah secara berkelanjutan sebagai wujud kepedulian sosial perusahaan, sekaligus mempererat hubungan baik dengan PMI dan Unit Transfusi Darah Rumah Sakit dalam menjaga ketersediaan stok darah bagi masyarakat.



Oleh: Stefania Orance Kun

Krisis Ojol: Fenomena baru warga Jakarta selama bulan puasa

Netizen di Media Sosial ramai memperbincangkan “krisis ojol” di Jakarta menjelang Lebaran karena keberadaan mitra pengemudi seolah “gaib” dari aplikasi, baik untuk layanan antar penumpang, makanan, maupun barang. Pengemudi menjadi lebih selektif mengambil order, terutama yang tarifnya lebih tinggi dan jaraknya lebih efisien di tengah kemacetan ibukota.

Isu ini juga ada kaitannya dengan keluhan pengemudi soal potongan dari aplikator yang dinilai terlalu tinggi, bisa mendekati 50% dari pendapatan per pesanan antar. Kondisi ini membuat sebagian pengguna harus menunggu lebih lama untuk mendapatkan ojol.

“Setengah jam baru dapet driver.”

“Lokasi driver cukup jauh dari lokasi penjemputan.”

“Driver yang udah menerima pesanannya ngga gerak menuju titik jemput.”

“Driver ngga membalas chat penumpang, tetapi juga ngga membatalkan pesanannya.”

Keluhan-keluhan saat masa sulit mendapatkan ojol ini tidak terjadi sepanjang hari. Biasanya muncul di jam-jam tertentu. Jam 16.00-18.00, waktu menjelang berbuka puasa selama Ramadan.

Disebut permintaan ojol Jakarta naik hingga 30-50% pada jam tersebut terutama di wilayah perkantoran (area red zone) seperti Sudirman, Thamrin, Kuningan.

Mari kita coba saling pahami, ada beberapa kemungkinan faktor yang menyebabkan “krisis” ini terjadi.

1. Ojol juga mau buka puasa bersama keluarga di rumah
2. Saking macetnya jalanan, konsumsi BBM yang boros, waktu tempuh yang jauh, tidak sebanding dengan tarif
3. Rute perjalanan terlalu macet, bertemu dengan pelanggan dengan tingkat stress tinggi dan ojol yang juga bisa burnout
4. Cuaca ekstrem seperti hujan deras dan banjir di sejumlah ruas jalan menghambat operasional mitra
5. Risiko rating buruk yang mempengaruhi performa ojol

Di satu sisi, dari sisi penumpang menyalahkan driver karena sering membatalkan pesanan atau tidak merespon penumpang, tetapi dari sisi ojol merasa penumpang terlalu menuntut dan tidak memahami situasi real di jalan. Baik penumpang maupun driver berada pada pilihan yang sulit, sama-sama bekerja mencari nafkah, serta sama-sama dikejar waktu.

Konflik antara penumpang dan driver ini menjadi sangat sederhana. Ada sistem yang lebih besar yang patut menjadi pertanyaan.

Bagaimana agar layanan bisa tetap berjalan adil bagi semua pihak?

Bagaimana kebijakan platform yang mempengaruhi keputusan driver di lapangan saat peak hour?

Apakah sudah dikaji kembali kesesuaian potongan tarif driver yang dianggap kian memberatkan dengan kesejahteraan yang dirasakan para driver?

Dan apakah semua rute transportasi umum sudah memadai ke area yang dituju?

Semoga fenomena ini cepat berlalu seiring dengan sistem yang makin membaik, adil, dan transparan bagi pengguna maupun mitra ojol.

Oleh: Ajeng Septya A.



Mengurangi Timbulan Sampah Dimulai dari Rumah



Indonesia menghasilkan sekitar 24,8 juta ton sampah per tahun, atau setara dengan ± 68.000 ton per hari. Data ini bersumber dari pelaporan kabupaten/kota melalui Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) dalam Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN).

Lebih dari itu, KLHK juga mencatat bahwa: 50–60% komposisi sampah nasional adalah sampah organik (sisa makanan dan bahan alami lainnya). Artinya, lebih dari separuh persoalan sampah Indonesia sebenarnya berasal dari dapur rumah tangga.

Bagi saya yang tinggal di Desa Burangkeng – Kabupaten Bekasi, dekat dengan TPA Bantargebang, angka tersebut bukan sekadar statistik.

Gunungan sampah yang menjulang, antrean truk sampah setiap hari, dan dinamika sosial di sekitarnya menjadi pengingat bahwa setiap plastik yang kita buang tidak pernah benar-benar hilang. Ia hanya berpindah lokasi. Dan sering kali, berpindah ke lingkungan orang lain.

Pemerintah mendorong berbagai solusi: Refuse Derived Fuel (RDF), pengolahan energi dari sampah, peningkatan TPA, serta target pengurangan nasional.

Namun jika dibandingkan dengan total timbulan $\pm 24,8$ juta ton per tahun, kapasitas pengolahan modern masih belum sebanding.

Mayoritas sampah Indonesia masih berakhir di landfill

Artinya, teknologi saja tidak akan cukup tanpa perubahan perilaku masyarakat.

Jika 10 juta keluarga mengurangi 0,5 kg sampah per hari:

- 5.000 ton berkurang setiap hari
- 1,8 juta ton berkurang setiap tahun

Setara dengan kapasitas beberapa fasilitas pengolahan besar. Tanpa proyek raksasa. Tanpa investasi triliunan. Hanya dengan perubahan kebiasaan.

Tinggal dekat TPA memberi perspektif berbeda tentang keadilan lingkungan. Siapa yang menghasilkan, dan siapa yang menanggung dampaknya? Pengelolaan sampah memang tanggung jawab pemerintah. Namun pengurangan sampah adalah tanggung jawab kita semua. Perubahan besar tidak selalu lahir dari kebijakan besar. Sering kali ia dimulai dari dapur rumah sendiri.

Pada akhirnya, pengelolaan sampah bukan semata persoalan infrastruktur, tetapi juga soal kesadaran kolektif. Ketika setiap rumah tangga mulai mengambil peran, maka upaya pengurangan sampah nasional akan menjadi lebih realistis untuk dicapai.



Oleh: Mhd Safii Dzuhri

Produk AS Masuk Indonesia Tanpa Halal? Mengurai Fakta, Regulasi, dan Mekanisme Sertifikat Halal Luar Negeri

“Benarkah produk Amerika bisa masuk Indonesia tanpa sertifikasi halal?”

Pertanyaan tersebut sempat ramai diperbincangkan di ruang publik setelah muncul berbagai informasi di media sosial yang menyebutkan bahwa produk asal Amerika Serikat dapat beredar di Indonesia tanpa kewajiban sertifikasi halal. Isu ini mencuat setelah penandatanganan kerja sama perdagangan bilateral antara Presiden Republik Indonesia Prabowo Subianto dan Presiden Amerika Serikat Donald J. Trump pada 19 Februari 2026 di Washington D.C. Bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas Muslim, kabar tersebut menimbulkan kekhawatiran bahwa standar halal nasional dapat dikompromikan demi kepentingan perdagangan internasional.

Namun pemerintah Indonesia segera memberikan klarifikasi bahwa kerja sama perdagangan tersebut tidak menghapus kewajiban sertifikasi halal bagi produk yang masuk ke Indonesia. Sekretaris Kabinet Teddy Indra Wijaya menegaskan bahwa setiap produk yang termasuk kategori wajib halal tetap harus memenuhi ketentuan sertifikasi halal sebelum dapat dipasarkan di Indonesia. Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Ahmad Haikal Hasan, yang menegaskan bahwa kewajiban tersebut tetap mengacu pada Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal beserta seluruh peraturan turunannya.

Isu halal tidak hanya berkaitan dengan aspek keagamaan, tetapi juga kebijakan publik, perdagangan internasional, dan rantai pasok industri. Banyak industri di Indonesia, termasuk farmasi, menggunakan bahan baku impor dalam produksinya. Salah satu tantangannya adalah perbedaan standar halal antarnegara, karena sertifikasi di berbagai negara dilakukan oleh lembaga dengan metode audit dan standar yang tidak selalu seragam. Kondisi ini menuntut adanya mekanisme untuk memastikan bahan baku dari luar negeri tetap memenuhi standar halal Indonesia.

Namun demikian, sertifikat halal bagi produk impor tidak harus selalu diterbitkan langsung oleh Indonesia. Melalui mekanisme Mutual Recognition Agreement (MRA), Indonesia dapat mengakui sertifikat halal yang diterbitkan oleh lembaga halal luar negeri yang telah melalui proses asesmen dan pengakuan oleh BPJPH.



Beberapa lembaga halal di Amerika Serikat yang telah memperoleh pengakuan tersebut antara lain Islamic Food and Nutrition Council of America (IFANCA), American Halal Foundation (AHF), Islamic Services of America (ISA), Halal Transactions of Omaha (HTO), serta Islamic Society of Washington Area (ISWA). Sertifikat halal dari lembaga-lembaga tersebut dikenal sebagai Sertifikat Halal Luar Negeri (SHLN) yang dapat digunakan sebagai dasar pemenuhan persyaratan halal di Indonesia.

Menurut PP 42 Tahun 2024, Sertifikat Halal Luar Negeri (SHLN) wajib diregistrasi ke BPJPH sebelum produk beredar di Indonesia. Registrasi ini berlaku bagi produk impor yang sertifikat halalnya diterbitkan Lembaga Halal Luar Negeri (LHLN) yang diakui, guna memenuhi persyaratan wajib halal 2024. Kegiatan ini untuk menjamin kepatuhan halal bagi produk impor, pemerintah Indonesia menerapkan mekanisme pengakuan Sertifikat Halal Luar Negeri (SHLN) diterbitkan oleh lembaga halal luar negeri untuk diakui di Indonesia setelah melalui proses registrasi dan verifikasi oleh BPJPH.

Proses pengakuan tersebut dilakukan melalui sistem layanan halal berbasis digital yang dikenal sebagai SIHALAL. Importir atau perwakilan resmi perusahaan harus terlebih dahulu melakukan registrasi akun pada sistem tersebut sebelum mengajukan registrasi SHLN. Setelah proses registrasi dilakukan, pemohon diwajibkan mengunggah berbagai dokumen persyaratan yang kemudian akan diverifikasi oleh tim BPJPH. Apabila dokumen telah memenuhi persyaratan, pemohon akan melakukan pembayaran biaya registrasi sebelum BPJPH menerbitkan nomor registrasi untuk sertifikat halal luar negeri tersebut.



(Contoh SHLN dari Lembaga halal luar negeri)

Nomor registrasi ini menjadi bukti bahwa sertifikat halal luar negeri telah diakui secara resmi oleh pemerintah Indonesia.

Dokumen yang diperlukan dalam proses registrasi tersebut antara lain surat permohonan registrasi, surat penunjukan dari perusahaan asal, Nomor Induk Berusaha (NIB) importir, salinan sertifikat halal luar negeri, daftar barang yang akan diimpor beserta kode harmonized system (HS), data gudang penyimpanan, serta surat pernyataan keaslian dokumen.

Melalui mekanisme ini, pemerintah memastikan bahwa pengakuan sertifikat halal luar negeri tidak dilakukan secara otomatis, tetapi melalui proses administrasi dan verifikasi yang bertujuan menjaga kesesuaian standar halal dengan regulasi Indonesia.

Dalam industri farmasi, penggunaan bahan baku impor merupakan hal yang umum terjadi. Banyak bahan aktif farmasi maupun bahan tambahan diproduksi oleh pemasok internasional sehingga perusahaan farmasi di Indonesia perlu mengimpor bahan tersebut untuk memenuhi kebutuhan produksi.



(Contoh SHLN yang diterbitkan BPJPH)

PT Phapros Tbk menerapkan sistem pengendalian ketat untuk memastikan kepatuhan halal, termasuk pada bahan baku impor. Salah satu mekanisme yang diterapkan adalah proses kualifikasi pemasok. Melalui proses ini, setiap pemasok dievaluasi dari aspek kualitas, keamanan, dan kepatuhan terhadap persyaratan halal.

Dalam proses tersebut, perusahaan juga meminta dokumen Sertifikat Halal Luar Negeri (SHLN) dari pemasok yang berasal dari lembaga halal luar negeri yang telah diakui oleh BPJPH. Verifikasi terhadap dokumen halal pemasok dilakukan sebelum bahan baku dapat digunakan dalam proses produksi. Pendekatan ini memastikan bahwa bahan baku yang diimpor tetap memenuhi persyaratan sertifikasi halal Indonesia. Dengan adanya mekanisme pengakuan SHLN dan sistem kualifikasi pemasok yang ketat, perusahaan dapat menjaga integritas halal dalam rantai pasok meskipun bahan baku berasal dari berbagai negara.

Mekanisme pengakuan sertifikat halal luar negeri dapat dipandang sebagai solusi pragmatis dalam menghadapi kompleksitas perdagangan global. Tanpa mekanisme ini, setiap produk impor harus menjalani proses sertifikasi ulang di Indonesia, yang berpotensi memperlambat arus perdagangan dan meningkatkan biaya bagi industri.

Di sisi lain, industri juga memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa mekanisme pengakuan sertifikat halal luar negeri tidak hanya dipandang sebagai persyaratan administratif. Sistem pengendalian internal seperti proses kualifikasi pemasok, verifikasi dokumen halal, serta pengelolaan rantai pasok yang transparan tetap menjadi faktor penting dalam menjaga integritas halal produk.

Pengalaman industri seperti PT Phapros Tbk menunjukkan bahwa penggunaan bahan baku impor tetap dapat memenuhi persyaratan halal nasional melalui proses kualifikasi pemasok dan verifikasi sertifikat halal luar negeri yang diakui oleh BPJPH. Dengan kombinasi antara regulasi yang jelas, pengawasan yang ketat, serta praktik pengendalian yang baik di tingkat industri, integritas halal produk di Indonesia dapat tetap terjaga meskipun berada dalam konteks perdagangan global yang semakin kompleks.

Oleh: Aprilia Puspa Wijaya

Produk AS Masuk Indonesia Tanpa Halal?

Mengurai Fakta, Regulasi, dan Mekanisme Sertifikat Halal Luar Negeri



Kewajiban Sertifikasi Halal

Setiap produk impor wajib memiliki sertifikat halal. Tidak ada pengecualian bagi produk Amerika Serikat.

Lembaga Halal Luar Negeri

Pengakuan bagi lembaga halal luar negeri yang diakui BPJPH seperti IFANCA, AHF, ISA, HTO, ISWA.



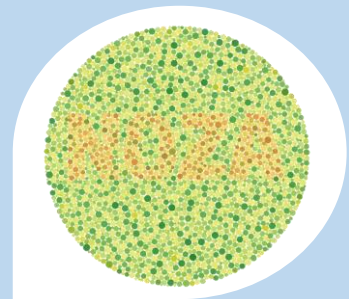
ASAH OTAK

Susun kata di bawah ini!

V K N

Aku membantu tubuh melawan penyakit

ASAH ?
? OTAK



Jawaban Asah Otak Januari 2026

Kata yang tepat adalah **Noza**

Pemenang Asah Otak Januari 2026:

- 1. Ramadhan Dwi S.
- 2. Nurdiah Nilawati

Selamat Mengikuti!

Kirimkan jawaban Anda ke Redaksi Buletin SWARA melalui email: redaksiswara@phapros.co.id



Ikuti kami:



PT Phapros Tbk