

URGENSI SERTIFIKASI HALAL FOOD DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM

Ukhti Nasibah¹, Fatasya Sabila Auliya², Siti Syarifah³

¹Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi

Email : nasibahukhti25@gmail.com

²Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi

Email : fatasyasabila02@gmail.com

³Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi

Email : sitisyarifah.dif@gmail.com

ABSTRAK

Sertifikasi halal food menjadikan sebuah praktik yang penting dalam industri makanan dan minuman, terutama dalam konteks bisnis yang berlandaskan etika Islam. Dengan adanya pencantuman label sertifikasi halal pada makanan menjadika sarana yang efektif bagi konsumen untuk memilah makanan halal dan menjadikan sebuah bentuk tanggung jawa produsen dalam berbisnis serta perlindungan bagi konsumen. Oleh karena itu tujuan dari penulisan ini agar para produsen dan kunsumen sadar akan pentingnya sebuah pencantuman label halal di setiap produk yang mereka edarkan dilungkungan masyarakat. Dalam penulisan ini metode yang digunakan oleh penulis menggunakan metode kualitatif dengan studi pustaka yang berasal dari berbagai karya ilmiah di internet dengan pembahasan yang sesuai dengan tema penulis.

Kata Kunci: Sertifikasi Halal, Makanan Halal, Etika Bisnis Islam.

ABSTRACT

Halal food certification makes an important practice in the food and beverage industry, especially in the context of business based on Islamic ethics. With the inclusion of halal certification labels on food, it becomes an effective means for consumers to sort out halal food and makes a form of producer responsibility in doing business and protection for consumers. Therefore, the purpose of this paper is so that producers and consumers are aware of the importance of a halal label in every product they circulate in the community. In this writing, the method used by the author uses a qualitative method with literature studies derived from various scientific papers on the internet with discussions that are in accordance with the author's theme.

Keyword: Halal Certification, Halal Food, Islamic Business Ethic.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki berbagai macam suku, budaya, dan agama. Keragaman tersebut disatukan dengan pedoman Indonesia yakni “Bhineka Tunggal Ika” yang dimana pedoman tersebut memiliki makna yang artinya “berbeda-beda tapi tetap satu jua” Indonesia juga merupakan negara yang memiliki penduduk umat muslim terbesar. Oleh karena itu hal tersebut dapat menyebabkan meningkatnya sebuah produkitas dan juga sebuah permintaan produksi yang bersifat halal yang ada di Indonesia. Contohnya adalah produksi halal food atau makanan yang berbasis halal, makanan merupakan sesuatu yang dimana berasal dari tumbuhan, hewan atau air yang kemudian diolah untuk sebagai makanan dan minuman yang kemudian dikonsumsi oleh manusia. Sedangkan makanan halal (Syafitri dan Latifah, 2022) merupakan suatu makanan yang dimana prosesnya diolah dengan menggunakan bahan dari tumbuhan, hewan atau air yang hanya diperbolehkan dikonsumsi oleh umat Muslim dan tidak mengandung unsur atau bahan tambahan makanan yang diharamkan dalam Al-Qur’an.

Penjelasan UU Nomor 18 pada tahun 2012 yang dimana didalamnya membahas tentang pangan mengatakan bahwa pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang paling utama dan pemenuhannya merupakan bagian dari hak asasi setiap rakyat Indonesia. Jaminan terhadap kehalalan sesuatu produk pangan dapat diciptakan dengan cara membentuk sertifikat halal yang dimana produk makanan tersebut harus menyertai label halal didalam kemasan suatu produk pangan, yang mana dengan sertifikasi halal tersebut seorang konsumen dapat melihat dan membedakan produk halal dengan yang non halal dengan begitu umat islam akan terhindar dan tidak merugikan umat Islam (Lestari dan Mudana, 2020). Selain itu, ada juga UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Dalam suatu kehalalan dalam produk tersebut menjadi suatu kebutuhan yang keharusan bagi untuk umat muslim, baik hal tersebut berupa pangan, obat-obatan maupun barang-barang yang akan digunakan. Produk yang bersifat halal tidak hanya diminati atau disukai oleh kalangan masyarakat muslim namun pati juga akan diminai oleh masyarakat non-muslim, dikarenakan makanan yang bersifat halal tersebut sudah dipastikan sehat.

Oleh sebab itu, permasalahan mengenai perlindungan konsumen masih perlu diperhatikan. Hak terhadap pelanggan atau konsumen yang tidak dipedulikan oleh para pelaku usaha perlu dicermati dan diawasi secara seksama. Pada era globalisasi seperti saat ini sebuah perkembangan pada perekonomian yang terutama ada dibidang perindustrian dan perdagangan nasional sekarang telah menghasilkan berbagai bentuk barang dan jasa yang dapat dikonsumsi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan teknik melalui kajian pustaka (*library reseach*), dimana sumber data berasal dari berbagai karya ilmiah artikel, jurnal, dan buku yang berisikan hasil tulisan ilmiah maupun penelitian sesuai fakta di lapangan dari internet yang berhubungan dengan tema tulisan yang telah dibahas. Setelah mendapatkan karya ilmiah sesuai tema, langkah selanjutnya melakukan analisis data dengan memilah, mengidentifikasi, dan memfokuskan pada hal-hal yang penting saja dan selanjutnya akan di sajikan dalam bentuk data yang telah difahami dan melakukan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Sebuah tatanan praktik didalam Indonesia dalam upaya memberikan sebuah perlindungan atau pertahanan untuk konsumen terutama terhadap konsumen yang beragama Islam dinyatakan melalui SK (Surat Keputusan) Menteri Agama Nomor 518 pada tanggal 30 bulan November yang dimana membahas tentang bagaimana cara untuk memeriksa dan menetapkan makanan yang sudah teruji kehalalannya. Tetapi pemerintah akan berusaha untuk mengembalikan dan juga menerapkan sebuah lebelisasi pada produk yang halal terhadap produk makanan maupun produk minuman. Lembaga yang melaksanakan sebuah pemeriksaan kepada produk makanan atau minuman yang telah dinyatakan kehalalannya kemudian produk tersebut dikemas untuk diperdagangkan hal tersebut dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Tidak hanya itu Surat Keputusan (SK) Nomor 525 Tahun 2001 yang dimana menjelaskan bahwa kementrian Agama yang

merujuk kepada Peruri (Perum Percetakan Ulang Republik Indonesia) yang dimana tugasnya untuk mencetak sebuah label halal yang akan diberikan langsung kepada produk-produk yang telah dinyatakan oleh Majelis Ulama Indonesia.

Di Indonesia kini sudah banyak kasus atau permasalahan tentang kehalalan produk maka dari itu Majelis Ulama Indonesia atau MUI kini belajar dari pengalaman kasus atau peristiwa yang telah terjadi. Oleh karena itu Majelis Ulama Indonesia (Yakin, 2018) berusaha melakukan perannya untuk mendamaikan dan memberikan solusi kepada umat Islam mengenai masalah kehalalan produk pangan dengan cara mendirikan lembaga pengkajian pangan, obat-obatan dan kosmetika MUI (LPPOM MUI) yang bertugas untuk melakukan pengkajian kehalalan produk pangan, obat dan kosmetik. Sebagaimana upaya yang telah dilakukan untuk memberikan sebuah kepastian kepada masyarakat tentang kehalalan pada produk makanan maka dari itu LPPOM MUI memulai sebuah penrergerakan kegiatan sertifikasi kehalalan makanan pada tahun 1994.

Indonesia dengan penduduk Muslim terbesar di dunia, tentunya akan menuntut dan memiliki kewaspadaan atas kehalalan produk yang akan dikonsumsi atau digunakan. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam pembelian produk yang halal lagi baik, maka perlu dilakukan jaminan kehalalan dalam suatu produk. Tetapi dalam melabeli kehalalan suatu produk tidak dapat dikatakan sendiri oleh produsen karena harus dinyatakan oleh Majelis Ulama Indonesia dan Badan Pengawas Obat dan Makanan karena harus melakukan rangkain proses pemeriksaan secara menyeluruh oleh lembaga yang memiliki kewenangan terhadap proses pemeriksaan suatu produk yang kemudian keputusan dalam kehalalan produk itu dilakukan oleh Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Sertifikasi halal ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen yang akan mengonsumsi produk tersebut bahwa produk yang telah dikemas tersebut benar-benar produk yang aman untuk dikonsumsi, tidak hanya itu sertifikasi kehalalan pada produk juga sebagai salah satu bentuk perlindungan kepada konsumen terhadap kehalalan suatu produk. Sertifikasi halal yang telah diputuskan oleh Majelis Ulama Indonesia maka produk tersebut telah teruji kehalalannya oleh Majelis Ulama Indonesia dan sertifikasi tersebut merupakan fatwa yang secara tertulis yang hanya dilakukan oleh lembaga Majelis Ulama Indonesia didalam suatu produk. Maka produk yang sudah tertulis sertifikasi halal sudah sesuai dalam Undang-Undang Pasal 4 yang dimana Jaminnan Produk Halal mengatakan “produk yang telah masuk, kemudian beredar dan diperjual belikan di Wilayah Indonesia harus sudah bersertifikat halal”.

Sebuah Etika bisnis Islam sudah hadir sejak jaman nabi Muhammad SAW lahir. dikarenakan Nabi Muhammad SAW dilahirkan hanya untuk menyempurnakan sebuah akhlak, yang dimana didalamnya termasuk dalam hal berbisnis. Sejatinya nabi Muhammad SAW merupakan seorang pedagang, saat beliau masih berumur 12 tahun beliau memulai usahanya tersebut besrsama pamannya yang bernama Abu Thalib dengan berjalan kaki ke negeri Syiam kemudian ketika beliau sudah berumur 17 tahun beliau menjalankan usahanya sendirian. Nabi Muhammad SAW berdagang dengan menyebarluaskan agama islam terutama kepada para pedagang Islam. (Anindya, 2017)

Dalam tinjauan etika bisnis, Bisnis dalam Islam (Ramlan dan Nahrowi, 2014) diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam pelbagai bentuknya (yang tidak dibatasi) namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Artinya pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariat (aturan-aturan dalam Alquran dan Hadis). Dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktis bagi pelaku kegiatan ekonomi bisnis. Adapun etika perdagangan dalam Islam antara lain: pertama, shidiq (jujur). Seorang pedagang wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual-beli. Jujur dalam arti luas adalah tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya. Hal yang paling penting untuk diketahui bagi para produsen dalah bahwa sertifikasi halal bukan hanya untukkeamanan bagi umat Muslim, melainkan juga memberikan keuntungann ekonomis bagi produsen. Sertifikasi dan labelisasi ini merupakan etika bisnis yang harus dijalankan oleh para produsen untuk melindungi hak-hak Muslim di Indonesia.

B. Pembahasan

Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan Sistem Jaminan Halal (SJH) memenuhi standar LPPOM MUI. (LPPOM MUI 2008). Pasca Implementasi Undang-undang

Jaminan Produk Halal Nomor 33 tahun 2014, Sertifikasi halal didefinisikan sebagai pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Sertifikasi produk halal merupakan serangkaian proses yang harus dilalui pelaku usaha baik perseorangan ataupun badan usaha berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum untuk mendapatkan sertifikat halal. Sertifikasi halal merupakan sebuah surat keterangan yang dimana dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia atau biasa dikenal dengan sebutan MUI pusat atau Majelis Ulama Indonesia bagian provinsi yang membahas tentang suatu kehalalan pada produk makanan, minuman, kosmetika dan bisa pada produk obat-obatan yang diproduksi oleh perusahaan yang telah diteliti atau diamati dan kemudian telah dinyatakan halal oleh LPPOM MUI.

Sertifikasi halal (Putri, 2021) adalah sebuah fatwa yang dimana sudah tertulis MUI (Majelis Ulama Indonesia) yang telah dinyatakan pada kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Dilakukan sertifikasi halal pada produk makanan, kosmetik, minuman, dan obat-obatan dengan tujuan untuk memberikan sebuah kepastian dan kelayakan terhadap kehalalan didalam produk, jadi ketika produk tersebut digunakan oleh konsumen maka konsumen akan merasa aman dan tidak gelisah tentang kehalalan pada suatu produk tersebut. Jadi sertifikasi halal tersebut adalah sebuah syarat untuk memberikan sebuah label halal pada produk sehingga produk tersebut dapat dikonsumsi oleh masyarakat beragama Islam.

Makanan Halal

Makanan dalam bahasa Arab (Shafie dan Hussin, 2019) ialah *At'imah* jamak kepada *Ta'am* yang membawa maksud merasai sesuatu sama ada manis, masin, masam, pahit dan sebagainya. Secara bahasa makanan (Mulyati dan Hadade, 2023) dapat diartikan dengan *tha'am*, *aklun*, dan *ghidha'un* yang berarti mencicipi sesuatu dan atau memasukkan sesuatu kedalam perut melalui mulut, *ghidza* juga menjadi kata serapan gizi dalam bahasa Indonesia. Halal merujuk kepada segala perbuatan dan perkataan yang berpandukan al-Quran dan Sunnah. Secara umum, halal adalah satu istilah yang menggambarkan makanan yang halal bagi umat Islam untuk mengikuti aturan Islam seperti yang terdapat dalam al-Quran, Hadith dan dalam fiqh (*perundangan*). Menurut peraturan pemerintah Pasal 10 pasal 9, setiap orang yang memproduksi dan mengemas pangan yang dikemas keseluruhan wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan halal pada label.

Adanya regulasi tentang sertifikasi halal sebuah produk baik makanan, obat-obatan maupun kosmetik merupakan bagian dari perlindungan terhadap konsumen khususnya yang beragama Islam. Ketentuan dalam hukum Islam sendiri telah mengajarkan kita untuk selalu mengonsumsi sesuatu yang halal. Maka dari itu solusi yang dapat dilakukan oleh produsen agar membantu konsumen mempermudah menentukan produk yang baik untuk mereka beli dan konsumsi ialah dengan adanya sertifikasi halal dalam produk mereka. Seiring dengan berkembangnya industri pangan serta banyaknya edukasi-edukasi mengenai halal life membuat para konsumen mulai sadar akan pentingnya sertifikasi halal pada suatu produk dan lebih selektif dalam mengambil keputusan. Kampanye halal life di media sosial dan elektronik membuat muslim melek terhadap sertifikasi halal produk, sehingga sangat efektif mendorong para pengusaha mengembangkan industri dan pasar halal. (Subianto, P. 2019)

Etika Bisnis Islam

Dalam bahasa Yunani Kuno, etika berasal dari kata *ethikos* yang memiliki arti "timbul dari kebiasaan" atau bisa diartikan dengan norma-norma, nilai-nilai, kaidah-kaidah dan ukuran-ukuran bagi tingkah laku manusia yang baik. Secara umum etika adalah tingkah laku atau perbuatan dari seseorang maupun kelompok masyarakat dimana hal tersebut sudah biasa dilakukan pada aktifitas sehari-hari yang berhubungan dengan nilai-nilai kehidupan. Etika merujuk pada teori bagaimana seharusnya kita memikirkan dan bertindak mengenai hal yang baik atau buruk dan salah atau benar. Etika bukan hanya larangan-larangan normatif, tetapi lebih merupakan puncak akumulasi kemampuan operasionalisasi intelegensi manusia.

Bisnis tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia, bahkan bisnis merupakan salah satu kegiatan yang populer dalam kehidupan sehari-hari manusia. Setiap hari manusia melakukan kegiatan bisnis. Manusia berperan sebagai produsen, perantara, maupun konsumen. Seiring dengan perkembangan zaman, maka dewasa ini bisnis semakin kompleks.

Seorang pebisnis tidak hanya dituntut untuk memiliki keberanian dalam mengambil tindakan bisnis, namun juga pengetahuan dan wawasan yang mendukung (Ghafur, 2018). Dalam Islam mengajarkan bahwa berbisnis itu bukan hanya sekedar menjual lalu membeli produk, tetapi Islam memiliki aturan yang mencakup seluruh kegiatan manusia termasuk kegiatan ekonomi dan bisnis. Islam melarang umatnya untuk berbuat sesuka hati mereka untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, riba, meyuap, dan perbuatan batil lainnya.

Pada dasarnya bisnis atau muamalah dalam pandangan Islam dengan umum sama, hanya saja bisnis dalam Islam harus dijalankan sesuai dengan ketentuan hukum Islam. Islam menekankan agar aktivitas bisnis tidak hanya dijadikan sebagai pemuas atas keinginan memperoleh keuntungan semata, akan tetapi dijadikan sebagai upaya menciptakan kehidupan yang seimbang dan adil antara pembeli dan penjual. Bisnis harus dikendalikan dalam batas-batas yang jangan sampai merusak kebebasan dan kesehatan setiap konsumen atau masyarakat secara keseluruhan (Rahmawati, 2017). Dari sini dapat kita lihat bahwa etika dengan bisnis memiliki keterkaitan dengan satu sama lain. Dalam berbisnis perlu adanya etika yaitu cara kita mengetahui apakah yang akan kita lakukan benar atau salah. Dalam pandangan Islam etika bisnis merupakan sebuah nilai-nilai dari etika Islam dalam kegiatan berbisnis dimana penerapannya sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam ada lima (Assifa dan Eprianti, 2020), yaitu kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggungjawab (*responsibility*) dan kebenaran: kebajikan dan kejujuran.

Islam memberikan batasan antara yang boleh dan yang tidak boleh dilakukan, yang benar ataupun yang salah serta yang halal dan haram. Batasan itulah yang disebut istilah etika. Perilaku dalam aktivitas bisnis tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Dalam Islam, etika atau yang lebih sering disebut sebagai akhlak merupakan salah satu dari tiga elemen dasar Islam selain Aqidah dan syariah. Rasulullah Saw dalam kehidupannya juga menjadi seorang tauladan dalam penerapan etika, termasuk dalam kesehariannya sebagai seorang entrepreneur. Dalam berbisnis nabi Muhammad selalu memperhatikan kejujuran, keramah-tamahan, menerapkan prinsip bisnis Islami dalam bentuk nilai-nilai shiddiq, amanah, tabligh, dan fathonah, serta nilai moral dan keadilan.

SIMPULAN

Dari pemaparan diatas dapat penulis simpulkan bahwa sertifikasi halal *food* dalam pandangan etika bisnis ini sangatlah penting terutama Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah muslim, dimana hal ini merupakan bentuk salah satu sarana komunikasi yang efektif dan efisien antara produsen dan konsumen. Dalam berbisnis perlu adanya etika yaitu cara kita mengetahui apakah yang akan kita lakukan benar atau salah. Dalam pandangan Islam etika bisnis merupakan sebuah nilai-nilai dari etika Islam dalam kegiatan berbisnis dimana penerapannya sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah. Pemerintah memberikan wadah bagi produsen untuk menggunakan haknya atas sertifikasi halal produknya dan perlindungan hukum bagi konsumen. Namun masih banyak anggapan yang menganggap sertifikasi halal tidak berperan penting dan hanya sekedar pelengkap saja. Oleh karena itu, terdapat kebutuhan untuk menghidupkan kembali keyakinan akan pentingnya sertifikasi Halal sehingga konsumen dan produsen dapat mememanfaatkannya sebagai pendorong tercapainya sebuah kemaslahatan antara produsen dan konsumen

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kami sampaikan kepada dosen pembimbing atas bantuannya sehingga jurnal kami selesai, terimakasih kepada para teman lainnya atas dukungannya dalam menyelesaikan artikel jurnal ini dalam bentuk materil ataupun tenaga. Baik dalam pelaksanaanpenulisan artikel ini. Semoga jurnal ini dapat sebagai referensi dan bermnfaat untuk orang lain terkhusus pada mahasiswa Universitas Siliwangi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghafur, A. (2018). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *qtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh label halal, kesadaran halal dan bahan makanan terhadap minat beli makanan kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 100-114.
- Lestari, N. M., & Mudana, I. N. (2020). Implementasi Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan Di Pasar Desa Medahan, Blahbatuh, Gianyar. *Jurnal Kertha Semaya*, 667-677.
- Mulyati, S., Abubakar, A., & Hadade, H. (2023). Makanan Halal dan Tayyib dalam Perspektif Al-Quran. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 23-33.
- Putri. (2021). Kewenangan MUI Pasca Terbitnya PP No. 31 Tahun 2019 Tentang Peraturan Pelaksanaan UU No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. *Kratha Bhayangkara*, 333-350.
- Rahmawati, R. (2017). Etika Bisnis Islam pada Pedagang Makanan. *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi, dan Perbankan*.
- Ramlan, R., & Nahrowi, N. (2014). *Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami Dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim*. Jakarta: Syarif Hidayatullah State Islamic University Jakarta.
- Shafie, A., Nazri, M., & Hussain, H. (2019). Makanan Halal Menurut Perspektif Islam dan Kepentingan Pelabelan. *BITARA International Journal of Civilizational Studies and Human Sciences*, 70-84.
- Subianto, P. (2019). Rantai Nilai dan Perspektif Kesadaran Masyarakat Muslim Akan Makanan Halal. *In Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics*, 141-146.
- Syafitri, M. N., Salsabila, R., & Latifah, F. N. (2022). Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 16-42.
- Yakin, A. (2018). Pencantuman Label Halal (Halal Food) Etika Dalam Bisnis Dan Perlindungan Konsumen. *Ekomadania: Journal of Islamic Economic and Social*, 24-34.