

THE HALAL INDUSTRY IN JURISPRUDENCE ISLAMIC LAW PERSPECTIVE

INDUSTRI HALAL DALAM PERSPEKTIF HUKUM JURISPRUDENSI ISLAM

Sismanto

Program Doktor Ekonomi Syariah
UIN Maliki Malang, Indonesia
sirilwafa@gmail.com

Article Info

Received	Accepted	Published
28 Mei 2021	1 Juni 2021	10 Juni 2021

Keywords:

halal industry
Islamic law
Al-Qur'an
hadith

ABSTRACT

The halal industry is experiencing rapid development with changes in society's paradigm regarding perceptions and needs for the industry so that it becomes an opportunity for sharia business actors. As a branding tool, halal branding is prevalent and accepted by Muslims, and this industry is also primarily provided by the market reality. This article seeks to understand and enrich the halal industry's achievements with research efforts that advance a better understanding from the perspective of Islamic law. The report begins with a review of halal parameters, participants with evidence in the Qur'an, and hadith about halal.

ABSTRAK

Industri halal mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan perubahan paradigma masyarakat tentang persepsi dan kebutuhan akan industri halal sehingga menjadi peluang bagi pelaku bisnis syariah. Sebagai alat branding, branding halal sangat populer dan diterima oleh umat beragama Islam dan industri ini juga sebagian besar didorong oleh tuntutan dan realitas pasar. Artikel ini berupaya memberikan pemahaman dan memperkaya prestasi industri halal dengan upaya penelitian yang memajukan pemahaman yang lebih baik dalam perspektif jurisprudence islamic law. Artikel dimulai dengan review parameter halal, diperkuat dengan bukti-bukti dalam Al-Qur'an dan hadis tentang halal.

Kata Kunci:

industri halal
islamic law
Al-Qur'an
hadis

Copyright and License:

Authors retain copyright and grant the journal right of first publication with the work simultaneously licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) that allows others to share the work with an acknowledgment of the work's authorship and initial publication in this journal.



1. PENDAHULUAN

Industri makanan seperti industri lainnya merespon terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Orang-orang di seluruh dunia sekarang lebih sadar tentang makanan, kesehatan, dan nutrisi. Mereka tertarik mengonsumsi makanan sehat yang rendah kalori, kolesterol, lemak, dan natrium. Banyak orang tertarik pada makanan yang diproduksi secara organik tanpa menggunakan pestisida sintetis dan bahan kimia non-alami lainnya (Mian N Riasa, 2003). Keragaman etnis dan agama di Amerika dan Eropa telah mendorong industri makanan untuk menyiapkan produk yang sesuai dengan kelompok yang berbeda seperti Cina, Jepang, Italia, India, Meksiko, vegetarian, Yahudi, dan Muslim. Islam bukan hanya agama ritual melainkan adalah cara hidup. Aturan dan tata krama mengatur kehidupan individu Muslim. Dalam Islam, makan dianggap sebagai masalah pemujaan kepada Tuhan, seperti sembahyang ritual. Muslim mengikuti kode diet Islam, dan makanan yang memenuhi kode itu disebut halal (halal atau diizinkan). Umat Islam harus berusaha untuk mendapatkan makanan halal dengan kualitas yang baik. Merupakan kewajiban agama mereka untuk hanya mengonsumsi makanan halal. Bagi konsumen non-Muslim, makanan halal sering dianggap dipilih dan diproses secara khusus untuk mencapai standar kualitas tertinggi.

Ketentuan mengenai masalah halal atau haram diatur dalam al-Qur'an dan al-Sunnah berupa anjuran dan larangan mengonsumsi, baik dari segi jenis pangan yang dilarang maupun yang tidak dilarang dari segi proses dan cara pembuatannya untuk mendapatkan makanan itu sendiri (Yusuf Qordlowi, 1990). Salah satu kebutuhan jasmani manusia adalah kebutuhan akan pangan yang berupa makanan halal. Kebutuhan pangan ini merupakan salah satu kebutuhan dasar agar manusia dapat survive dan bertahan hidup (Iqbal Muhammad, 2018). Konsep halal merupakan standar makanan bagi umat Islam diatur dalam Alquran. Artinya standar, yang diizinkan atau halal menurut kode etik Islam untuk Muslim. Menurut hukum perilaku Islam, apapun selain halal disebut Haram yang sangat dilarang bagi umat Islam. Halal sangat bermanfaat dan tidak merugikan umat Islam sehingga sejumlah syarat dan larangan harus diperhatikan. Umat Muslim secara tegas dilarang mengonsumsi bangkai, muncrat darah, daging babi, dan makanan yang diharamkan (Florence Bergeaud (2016).

Perubahan paradigma yang ada di masyarakat tentang persepsi dan kebutuhan akan industri halal semakin diminati sehingga hal ini menjadi peluang bagi pelaku bisnis syariah. Sebagai alat branding, branding halal sangat populer dan diterima oleh umat beragama Islam. Adanya status halal membuat konsumen merasa yakin bahwa menurut pedoman agamanya, produk tersebut boleh dikonsumsi. Dengan demikian, branding halal digunakan untuk mengurangi disonansi kognitif di kalangan konsumen Muslim. Meskipun merek halal dulunya hanya digunakan untuk produk makanan, saat ini konsep tersebut telah meluas ke bidang lain seperti keuangan, kosmetik, pakaian, perhotelan dan perbankan mengikuti prinsip-prinsip Islam. Ini menyiratkan pentingnya produk dan layanan halal dalam beberapa hari mendatang. Pasar konsumen halal juga berkembang pesat seperti halnya pasar konsumen Muslim.

Dalam konteks Indonesia, jika dilihat dari kondisi geografisnya Indonesia memiliki lebih dari 17.000 pulau dan lebih dari 300 suku bangsa. Saat ini, negara ini memiliki 35 provinsi, dan setiap provinsi memiliki budaya, bahasa, dan makanan etnisnya sendiri (Sismanto dan Riswadi, 2019). Pasar konsumen Muslim dikaitkan dengan semangat dan keyakinan beragama, mereka mencari produk dan layanan yang lebih bersih, lebih sehat, dan lebih enak. Ciri penting dari makanan halal adalah memastikan keamanan dan kualitas yang tidak memiliki unsur berbahaya bagi tubuh manusia. Karena dengan jaminan kualitas dan nilai yang lebih baik konsumen non-Muslim lebih memilih produk bersertifikat halal, dan terdapat permintaan yang belum pernah terjadi sebelumnya untuk produk halal kepada konsumen non-Muslim. Oleh karena itu, pasar konsumen halal yang tumbuh cepat menguntungkan dan berkembang.

Berdasarkan penelusuran penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Akin and Okumus tentang sikap konsumen terhadap produk makanan halal di Turki. Sikap konsumen terhadap produk pangan halal berbasis model tripartit tentang pengaruh kesadaran makanan halal, persepsi risiko, dan kecenderungan perilaku terhadap sikap terhadap produk makanan halal. Temuan penelitiannya menunjukkan sikap terhadap makanan halal dibentuk oleh kecenderungan perilaku dan dorongan psikologis, daripada elemen kognitif (Mahmud salami akin, 2020). Keputusan pembelian merek halal didasari oleh kesadaran merek halal dan pengetahuan produk dan keterlibatan produk dengan pengambilan keputusan pembelian (Erny Rachmawati, 2020). Bahkan, Thailand negara mayoritas non-Muslim dengan hanya 4,3 persen dari 69 juta penduduk Thailand adalah Muslim merupakan negara sebagai salah satu pengeksport terbesar makanan dan produk bersertifikat halal di kawasan Asia Tenggara. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kehadiran Thailand yang kuat dalam industri halal global adalah karena industri pariwisata yang ramai yang membantu meningkatkan branding halal negara, keseragaman definisi dan standar halal, dan dukungan yang efektif untuk UKM lokal (Mohd Saiful Anwar, 2019).

Sebagai penelitian dengan memilih Malaysia dan Jepang sebagai negara Muslim dan non-Muslim, masing-masing dilakukan eksperimen pilihan untuk 656 subjek non-Muslim, dan perkiraan kesediaan untuk membeli air mineral dengan dan tanpa logo halal. Perbedaan antara membeli air mineral dengan dan tanpa

logo halal seharga 5 yen, tetapi koefisien terkait tidak signifikan secara statistik. Artinya logo halal tidak berdampak pada perilaku pembelian subjek non muslim. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa produk halal dengan logo sertifikasi akan diterima di toko-toko Jepang sehingga dapat mendorong kunjungan Muslim asing. Beberapa penelitian lain yang bertujuan untuk mengetahui secara langsung maupun tidak langsung dalam memperkuat perilaku pembelian halal konsumen, Misalnya penelitian yang dilakukan Khan, dkk bahwa keamanan bahan yang diikuti dengan logo halal merupakan prediktor yang sangat penting bagi niat beli produk kosmetik halal di kalangan konsumen Generasi Y. Tanpa diduga, dalam studinya ini menemukan bahwa keyakinan agama memainkan peran paling tidak penting dalam niat membeli produk halal (Nasreen Khan, 2020). Hasil penelitian lain yang dilakukan Tuhin, dkk menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap pembelian halal bergantung pada norma pribadi dan religiusitas konsumen. Selanjutnya, peran sikap dan religiusitas konsumen terhadap perilaku pembelian halal konsumen adalah signifikan. Namun, norma pribadi bukanlah prediktor yang signifikan dari perilaku pembelian halal. Sikap konsumen memediasi hubungan antara norma pribadi dan perilaku pembelian halal, serta religiusitas dan perilaku pembelian halal.

Pada akhirnya, naskah ini difokuskan pada kajian industri halal yang mendasarkan pada tiga pertanyaan utama: (1) bagaimana interpretasi hukum syariah dalam perspektif *jurisprudence Islamic law*, dan (2) bagaimana parameter industri halal. Tujuan artikel ini memberikan gambaran yang utuh tentang industri halal dalam konteks *jurisprudence Islamic law* sehingga pada gilirannya mendapatkan substansi dari ajaran Nabi dan mendudukan masalah pada tempat semestinya.

2. METODE

Artikel konseptual ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dicirikan data-data bukan berupa angka dan berbentuk kata (John W Creswell, 20070. Sumber data terutama sumber-sumber sekunder diperoleh dari buku-buku, jurnal-jurnal yang ada kaitannya dengan topik yang diteliti. Sebagai karya konseptual, artikel ini tidak menguji hipotesis apapun atau berpura-pura memberikan bukti empiris yang menggunakan alat ekonomi matematika sampai pada beberapa kesimpulan. Dengan demikian, temuan utamanya diperoleh melalui deduksi dan wacana kritis, bukan melalui pengolahan data primer. Studi ini menggunakan *content analysis* (analisis isi) sebagai pendekatan dalam analisis data. Analisis isi adalah metode menganalisis dokumen untuk mendeskripsikan fenomena secara sistematis dan objektif..

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Interpretasi Hukum Syariah Perspektif Jurisprudence Islamic Law

Dalam Islam, Muslim harus mengikuti seperangkat hukum makanan halal yang dimaksudkan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Hukum-hukum ini berusia hampir 1.400 tahun dan ditemukan dalam Al-Qur'an dan Sunnah, praktik Nabi Muhammad SAW sebagaimana tercatat dalam kitab-kitab Hadits menurut aturan-aturan Islam. Dalam bahasa Inggris, halal mengacu pada makanan yang diperbolehkan menurut hukum Islam. Sementara dalam bahasa Arab, istilah halal mengacu pada apapun yang diperbolehkan menurut Islam. Hukum makanan ini menentukan makanan mana yang halal dan mana yang haram. Namun, alih-alih memberikan daftar makanan yang halal, Al-Qur'an dan Sunnah justru malah memberikan penegasan apa yang haram, karena hanya sedikit yang haram dan sisanya adalah halal. Oleh karena itu, aturan dasarnya adalah semua halal kecuali sebagaimana dilarang oleh Alquran atau sunnah' (Siska Lis Sulistiani, 2019). Dengan mengikuti aturan ini, para ahli hukum Islam telah menyusun daftar makanan halal dan haram dalam literatur fiqh Islam (*Jurisprudence*). Meskipun ada perbedaan kecil di antara aliran pemikiran, klasifikasi ini diterima dan dipraktikkan secara luas di seluruh dunia Islam.

Ulama ushul mengartikan hukum syar'i sebagai komunikasi dari Allah tentang pelaksanaan mukallaf yang terdiri dari permintaan, pilihan atau berlakunya tuntutan biasanya dikomunikasikan dalam bentuk perintah atau larangan. Yang pertama menuntut agar mukallaf melakukan sesuatu, sedangkan yang kedua menuntutnya untuk menghindari melakukan sesuatu. Suatu tuntutan bisa jadi mengikat, yang membuat mukallaf tidak punya pilihan selain menyesuaikan diri atau mungkin tidak mengikat. Ketika permintaan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu ditentukan oleh bukti pasti (dalil qat'i), maka masing-masing itu disebut sebagai wajib atau haram. Begitulah pandangan mayoritas, tetapi menurut ahli hukum Hanafi, jika teks yang disampaikan tuntutan tersebut tidak definitif dalam maknanya (dalalah) atau keaslian (thubut), itu wajib. Adapun tuntutan untuk tidak melakukan sesuatu, menurut Hanafi, jika didasarkan pada pembuktian yang pasti baik dari segi makna maupun keasliannya maka hukumnya haram.

Ushul fikih adalah sebuah pengetahuan dengan berbagai kaidah dan bahasa yang menjadi sarana pada pengambilan hukum-hukum syara', dimana perbuatan manusia berkaitan dengan dalil-

dalilnya yang terinci. Kemudian ilmu ushul fikih dan ilmu fikih adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Diumpamakan Ilmu ushul fikih seperti sebuah pabrik yang mengolah data-data dan menghasilkan sebuah produk yaitu ilmu fikih (Abdul Wahab Khalaf, 19780. Menurut sejarahnya, fikih merupakan suatu produk ijtihad yang lebih dulu dikenal dan dibukukan dibanding dengan ushul fikih. Jika suatu produk telah ada maka tidak mungkin tidak ada pabriknya demikianlah gambarannya. Ilmu fikih tidak mungkin ada jika tidak ada ilmu ushul fikih. Oleh karena itu, pembahasan pada makalah ini juga harus diberikan mengenai sejarah pertumbuhan dan perkembangan ilmu ushul fikih. Sehingga kita bisa mengetahui bagaimana dan kapan ushul fikih itu ada (Wahbah Al Zuhaili, 1986).

Hukum syar'i dibagi menjadi dua jenis utama yaitu al-hukm al-taklifi dan al-hukm al-wad'i. Yang pertama terdiri dari permintaan atau opsi, sedangkan yang kedua terdiri dari pemberlakuan saja. 'Mendefinisikan Hukum' adalah deskripsi yang tepat dari al-hukm al-taklifi, karena ini terutama mendefinisikan sejauh mana kebebasan tindakan manusia. Al-hukm al-wad'i diterjemahkan sebagai 'hukum deklarasi', karena jenis hukum ini terutama menyatakan hubungan hukum antara sebab (sabab) dan akibatnya (musabbab) atau antara kondisi (shart) dan objeknya (mashrut). Definisi hukum demikian dapat digambarkan sebagai lokusi atau komunikasi dari Pemberi hukum yang menuntut mukallaf untuk melakukan sesuatu atau melarang dia melakukan sesuatu, atau memberinya pilihan di antara keduanya. Jenis hukum taklifi terjadi dalam lima kategori terkenal yaitu wajib (wajib), mandub (disarankan), haram (dilarang), makruh (keji) dan mubah (diizinkan). Sementara hukum al-wad'i juga dibagi menjadi lima kategori sabab (penyebab), shart (kondisi), mani'(halangan), `azima (hukum ketat) sebagai lawan rukhsah (hukum konsesi), dan sahih (sah) sebagai lawan batil (Mohammad Hashim Kamali, 2002).

Hukum taklifi adalah firman Allah yang menuntut manusia untuk melakukan atau meninggalkan sesuatu atau memilih antara berbuat dan meninggalkan. Secara garis besar, terdapat dua golongan ulama dalam menjelaskan bentuk-bentuk hukum taklifi: Pertama, bentuk-bentuk hukum menurut Jumhur Ulama Ushul Fiqh Mutakallimin. Menurut mereka bentuk-bentuk hukum tersebut ada lima macam, yaitu ijab, nadb, ibahah, karahan, dan tahrim. Kedua, bentuk-bentuk hukum taklifi, seperti iftirad, ijab, nabd, ibahah, karahah tanzih, karahah tahrim, dan tahrim (M Noor Harisudin, 2020). Sementara hukum wadi'i adalah firman Allah SWT yang menuntut untuk menjadikan sesuatu sebagai sebab, syarat atau penghalang dari sesuatu yang lain. Bila firman Allah menunjukkan atas kaitan sesuatu dengan hukum taklifi, baik yang bersifat sebagai sebab, syarat, atau penghalang maka yang demikian ini disebut hukum wadh'i.

3.2. Parameter Industri Halal

Halal didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diperbolehkan atau diterima oleh umat Islam. Dalam bahasa Arab halal secara harfiah diartikan sebagai diperbolehkan. Secara tradisional memiliki beberapa makna seperti murni (*pure*) atau sehat (*wholesome*) yang berkaitan dengan daging khususnya dalam praktik Islam yang benar, misalnya ritual penyembelihan dan menghindari babi. Halal dalam perspektif Al Qur'an didapatkan dari beberapa ayat, misalnya Allah menyuruh manusia untuk memakan apa saja di muka bumi ini yang halal dan baik (thayibah) serta meninggalkan makanan yang telah diharamkan Allah. Hal ini sebagaimana ditegaskan oleh Allah pada surat al- Baqarah ayat 168 dan 173, surat al-Maidah ayat 88 dan 90, dan surat an-nahl ayat 114.

Sementara halal dalam perspektif hadis berdasarkan penelusuran penelusuran hadis dengan menggunakan kata kunci "halal" pada ensiklopedi kitab 9 hadis, ditemukan beberapa hadis yang berkaitan erat dengan halal. Pada penelusuran *tersebut* ditemukan di dalam: (1) kitab hadis Bukhari ditemukan 111 hadis, (2) kitab hadis Muslim ditemukan 98 hadis, (3) 103 hadis pada kitab hadis Abu Daud, (4) kitab Tirmidzi ditemukan 137 hadis, (5) 413 hadis pada kitab hadis Nasai, (6) 49 hadis pada kitab Ibnu Majah, (7) 727 hadis pada kitab hadis Ahmad, (8) 28 hadis pada kitab hadis Malik, dan (9) 68 hadis pada kitab hadis Darimi. Dari total hadis yang ditemukan sejumlah 1.734 ini kemudian dilakukan metode takhrij (Nasrullah, 2007) dengan bantuan aplikasi berbasis web http://www.infotbi.com/hadis9/cari_open.php yang sesuai dengan kajian dalam tema naskah ini, misalnya ada pada kitab hadis Bukhari hadis nomor 5 dan 1910 serta kitab hadis Ahmad nomor 17624 yang bunyi matannya kurang lebih "Yang halal sudah jelas dan yang haram juga sudah jelas. Namun diantara keduanya ada perkara syubhat (samar) yang tidak diketahui oleh banyak orang".

Perkembangan industri modern dan global, halal tidak hanya tentang makanan melainkan tentang bioteknologi, pariwisata dan produk perawatan. Sejumlah persyaratan Muslim telah dipenuhi di arena internasional, termasuk perintah untuk menghindari zat apapun yang mungkin terkontaminasi dengan residu babi, alkohol, gelatin, gliserin, pengemulsi, enzim, dan perasa. Di pasar global, persyaratan ini menetapkan standar baru untuk produksi, persiapan, penanganan, penyimpanan, dan sertifikasi halal. Perkembangan industri halal telah mengalami evolusi dari sektor makanan dan minuman ke keuangan dan terus berkembang ke sektor keuangan. Bisnis minyak dan gas di daerah

Timur Tengah pada tahun 1970-an juga mengalami perkembangan sehingga membutuhkan jasa perbankan Islam untuk menyimpan uang tanpa riba. Hal ini terus berkembang ke sektor *life style* (gaya hidup) mulai dari sektor pariwisata, fashion, hotel, rekreasi, kosmetik, dan lain sebagainya (Muhammad Djakfar 2017). Selain itu, produk halal juga diolah, diproduksi, atau disimpan dengan menggunakan perkakas, peralatan, dan mesin yang telah dibersihkan menurut hukum Islam. Gagasan utama di balik ini adalah bahwa produk yang diproduksi harus bebas dari kontaminasi dan tidak boleh bersentuhan dengan zat haram selama persiapan, produksi, dan penyimpanannya. Selain itu, bahan halal juga tidak boleh dicampur dengan bahan haram atau haram seperti enzim dan pengemulsi yang berasal dari babi atau hewan non halal lainnya.

Istilah halal lebih sering muncul dalam Al-Qur'an dan Hadits sedangkan literatur fiqh lebih cenderung menggunakan mubah dan ja'iz. Halal dapat didefinisikan sebagai tindakan, objek, atau perilaku di atas dimana individu memiliki kebebasan memilih dan pelaksanaannya tidak membawa baik hadiah maupun hukuman (Muhammad Aziz, 2017). Pedoman dasar tentang hukum makanan halal diturunkan dalam Alquran sebagai kitab suci dari Allah hingga Nabi Muhammad untuk semua orang. Hukum makanan dijelaskan dan dipraktikkan melalui sunnah yang tercermin dalam kehidupan, perkataan, perbuatan, dan ajaran seperti yang tercatat dalam Hadis. Secara umum, segala sesuatu diizinkan untuk digunakan dan bermanfaat bagi manusia sepanjang tidak ada yang dilarang kecuali apa yang dilarang oleh ayat Quran atau Sunnah Nabi Muhammad yang otentik dan eksplisit.

Aturan Syariah (hukum Islam) memberikan kebebasan bagi orang untuk makan dan minum apapun yang mereka suka selama tidak haram (dilarang). Makanan dianggap sebagai salah satu faktor terpenting untuk interaksi di antara berbagai suku, sosial, dan agama. Semua orang prihatin tentang makanan yang mereka makan, Muslim ingin memastikan bahwa makanan mereka halal, Yahudi ingin makanan-makanannya halal, umat Hindu, Budha, dan kelompok tertentu lainnya yang makanannya vegetarian. Muslim mengikuti pedoman yang jelas dalam memilih makanan mereka. Ada lima rukun dasar keyakinan dalam Islam: (1) meyakini bahwa ada tidak ada tuhan selain Allah, dan Muhammad adalah nabi terakhirnya; (2) sholat lima kali dalam sehari; (3) membayar zakat kepada orang miskin; (4) berpuasa di bulan Ramadhan; dan (5) menunaikan ibadah haji sekali seumur hidup (jika mampu). Selain itu, pedoman mengarahkan kehidupan sehari-hari seorang Muslim. Termasuk dalam pedoman ini adalah seperangkat hukum diet yang dimaksudkan untuk memajukan kesehatan. Hukum ini mengikat umat beriman dan harus dipatuhi setiap saat, bahkan selama kehamilan, masa sakit, atau perjalanan. Kehidupan seorang Muslim berkisar pada konsep halal dan haram. Undang-undang tersebut cukup komprehensif, karena berlaku tidak hanya untuk makan dan minum, tetapi juga untuk mencari nafkah, berpakaian, dan berurusan dengan orang lain.

Menurut Malboobi (2012) sebagaimana dikutip Elasrag, memberikan batasan prinsip dasar produk halal sebagai berikut: (1) produk halal atau haram adalah fungsi halal atau haram sehubungan dengan tatanan tuhan, (2) menetapkan halal atau haram masing-masing tergantung pada menguntungkan atau merugikan, (3) perintah yang ditetapkan dalam syariah adalah aturan tetap dan variabel berdasarkan keadaan subjek pada waktu dan tempat tertentu, (4) perintah dalam syariah diberi peringkat berdasarkan tingkat menguntungkan atau merugikan sementara pilihan terbaik lebih disukai kapan pun diperlukan, dan (5) beberapa kontrol dan peraturan yang mengatur seperti "La dhirar" (tidak membahayakan manusia), *haraj* (adanya ancaman), dan lain sebagainya. Temuan hasil penelitian yang dilakukan Muflihun dalam menentukan indikator halal fashion, diantaranya adalah kepastian bahan baku halal yang digunakan, tidak tercampurnya bahan-bahan yang digunakan dengan bahan-bahan haram selama proses produksinya, melakukan pemisahan dari barang haram atau najis selama masa penyimpanan atau penggudangan, dan pendistribusian hasil produksi harus berdasarkan asas kemanfaatan dan keadilan.

Oleh karena itu, khususnya umat Islam bertanggung jawab untuk merangkul tatanan ini lebih dari siapapun. Karena ini adalah masalah keimanan umat Islam, non-Muslim tidak akan pernah bisa berurusan dengan standardisasi dan sertifikasi Halal dan Tayyib. Karenanya penting bagi masyarakat dunia, baik Muslim maupun non-Muslim, untuk mengenali potensi industri Halal. Hal ini dikarenakan mempelajari miliaran dolar yang diperkirakan muncul dalam industri Halal yang dapat membantu mengembangkan ekonomi lebih lanjut, seperti halnya membantu menyelesaikan beberapa masalah lama yang dihadapi oleh komunitas Muslim. Ada alasan mengapa industri halal penting bagi pertumbuhan dunia sebagai masyarakat multi rasial. Banyak konsumen Muslim dan non Muslim yang masih belum memahami semangat syariah dalam mengatur produk ini. Prinsip halal tidak terbatas pada agama yang ketat, tetapi melibatkan kesehatan, kebersihan, dan keamanan (Hussein Elasrag, 2016).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan masalah di atas, ada dua kesimpulan penting yang dapat dikemukakan pada tulisan ini. Hukum syariah dalam perspektif *jurisprudence Islamic law* diinterpretasikan sebagai komunikasi dari Allah tentang pelaksanaan mukallaf yang terdiri dari permintaan, pilihan atau berlakunya tuntutan biasanya dikomunikasikan dalam bentuk perintah atau larangan. Hukum syar'i terbagi menjadi dua jenis utama yaitu al-hukm al-taklifi dan al-hukm al-wad'i. Jenis hukum taklifi terjadi dalam lima kategori terkenal yaitu wajib, mandub (disarankan), haram (dilarang), makruh (keji) dan mubah (diizinkan). Sementara hukum al-wad'i juga dibagi menjadi lima kategori sabab (penyebab), shart (kondisi), mani'(halangan), `azima (hukum ketat) sebagai lawan rukhsah (hukum konsesi), dan sahih (sah) sebagai lawan batil.

Perkembangan industri halal tidak hanya tentang makanan melainkan tentang bioteknologi, pariwisata dan produk perawatan. Sejumlah persyaratan Muslim telah dipenuhi di arena internasional, termasuk perintah untuk menghindari zat apapun yang mungkin terkontaminasi dengan residu babi, alkohol, gelatin, gliserin, pengemulsi, enzim, dan perasa. Di pasar global, persyaratan ini menetapkan standar baru untuk produksi, persiapan, penanganan, penyimpanan, dan sertifikasi halal. Parameter industri halal ditandai dengan kepastian bahan baku halal yang digunakan, tidak tercampurnya bahan-bahan yang digunakan dengan bahan-bahan haram selama proses produksinya, melakukan pemisahan dari barang haram atau najis selama masa penyimpanan atau penggudangan, dan pendistribusian hasil produksi harus berdasarkan asas kemanfaatan dan keadilan.

REFERENCES

- Akın, Mahmut Selami, dan Abdullah Okumus, "Shaping the consumers' attitudes towards Halal food products in Turkey," *Journal of Islamic Marketing*, ahead-of-print No. (2020) <<https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2019-0167>>
- Al-Khalāf, Abd al- Wahhāb, "Ilm Uşūl al- Fiqh" ((Kairo: Dār al-Qalam, 1978)
- Al-Zuhaili, Wahbah, "Usul al-fiqh al-islami" (Dimsik: Darul Fikri, 1986)
- Aziz, Muhammad, "Perspektif Maqashid Al-Syariah dalam penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia pasca berlakunya Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal," *Al Hikmah: Jurnal Studi Keislaman*, 7.2 (2017), 78–94
- Bergeaud-blackler, Florence, Johan Fischer, dan John Lever, *HALAL MATTERS Islam, politics and markets in global perspective* (New York: Routledge, 2016)
- Bon, Maedeh, dan Mazhar Hussain, "Halal food and tourism: Prospects and challenges," *Bridging Tourism Theory and Practice*, 2 (2010), 47–59 <[https://doi.org/10.1108/S2042-1443\(2010\)0000002007](https://doi.org/10.1108/S2042-1443(2010)0000002007)>
- Chairy, dan Jhanghiz Syahrivar, "Bika Ambon of Indonesia: History, culture, and its contribution to tourism sector," *Journal of Ethnic Foods*, 6.2 (2019) <<https://doi.org/10.1186/s42779-019-0006-6>>
- Creswell, John W, *Qualitative Inquiry & Research Design, Choosing Among Five Approaches* (California: Sage Publications, Inc., 2007)
- Djakfar, Muhammad, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi: Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik & Industri Halal di Indonesia* (UIN-maliki Press, 2017)
- Elasrag, Hussein, "Halal industry: Key challenges and opportunities," *MPRA (Munich Personal RePEc Archive)*, 2016 <<https://mpira.ub.uni-muenchen.de/69631/>>
- Harisudin, M Noor, "Ilmu Ushul Fiqh" (Pena Salsabila, 2020)
- Kamali, Mohammad Hashim, "Principles of Islamic Jurisprudence," 2002
- , "The Halal Industry From Shariah Perspective," *Islam and Civilisational Renewal*, 1.4 (2010), 595–612
- Kawata, Yukichika, Sheila Nu Nu Htay, dan Syed Ahmed Salman, "Non-Muslims' acceptance of imported products with halal logo: A case study of Malaysia and Japan," *Journal of Islamic Marketing*, 9.1 (2018), 191–203 <<https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2016-0009>>
- Khan, Nasreen, Abdullah Sarwar, dan Booi Chen Tan, "Determinants of purchase intention of halal cosmetic products among Generation Y consumers," *Journal of Islamic Marketing*, 2020 <<https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0248>>
- Krippendorff, Klaus, *Content Analysis An Introduction to Its Methodology*, 2nd ed. (California: SAGE Publications Inc., 2004) <<https://doi.org/10.1103/PhysRevB.31.3460>>
- Mohd Nawawi, Mohd Saiful Anwar, Mohd Fauzi Abu-Hussin, Muhamad Syazwan Faid, Norhidayah Pauzi, Saadan Man, dan Noratiqah Mohd Sabri, "The emergence of halal food industry in non-Muslim countries: a case study of Thailand," *Journal of Islamic Marketing*, 11.4 (2019), 917–31 <<https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2018-0082>>

- Muflihini, M Dliyaul, "KONSTRUKSI INDIKATOR HALAL DALAM PERKEMBANGAN INDUSTRI HALAL FASHION" (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018)
- Muhammad, Iqbal, "STANDARISASI PRODUK PANGAN HALAL (Studi Komparatif Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif)," *Jurnal Mimbar Akademika*, 3.1 (2018)
- Nasrullah, "Metodologi Kritik Hadis: (Studi Takhrij al-Hadis dan Kritik Sanad)," *Jurnal Hunafa*, 4.4 (2007), 403–16
- Qardhawi, Yusuf, *al-Halal wal-Haram fil-Islam* (Rabbani Press, 1990)
- Rachmawati, Erny, Suliyanto, dan Agus Suroso, "A moderating role of halal brand awareness to purchase decision making," *Journal of Islamic Marketing*, ahead-of-print No. (2020) <<https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2020-0145>>
- Riaz, Mian N., dan Muhammad M. Chaudry, *Halal food production* (Florida: CRC Press, 2003) <<https://doi.org/10.1201/9780203490082>>
- Sismanto, dan Riswadi, "Forms of Cooperation Between Religions; A Tafsir Perspektif," *Syamil: Journal of Islamic Education*, 9.1 (2021), 21–38 <<https://doi.org/10.21093/sy.v9i1.3201>>
- Sulistiani, Siska Lis, "Analisis maqashid syariah dalam pengembangan hukum industri halal di Indonesia," *Law and Justice*, 3.2 (2019), 91–97
- Tuhin, Md. Kashedul Wahab, Mahadi Hasan Miraz, Md. Mamun Habib, dan Md. Mahbub Alam, "Strengthening consumers ' halal buying behaviour : role of attitude , religiosity and personal norm," *Journal of Islamic Marketing*, ahead-of-print No. (2020) <<https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2020-0220>>