

MEMAHAMI KONSEP FIKIH ENTITAS SYARIAH TERKAIT PRODUK HALAL

¹Abdul Rojak, ²Halimah Auliya Rahayu, ³Kalyca Najami Hafidlatul Hurma,
⁴Rd. Amar Muslih, & ⁵Depit Ismail

^{1,2,3,4,5}UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: ¹rojakbekasi3@gmail.com, ²halimahauliyaa@gmail.com, ³kalycanajmi08@gmail.com

Abstrak

Pentingnya pengembangan produk sesuai prinsip syariah di industri kosmetik dan makanan semakin meningkat. Artikel ini menyelidiki konsep fikih entitas syariah, termasuk panduan hukum Islam yang diterapkan pada Kosmetik Halal, Produk Makanan dan Minuman Halal. Melalui tinjauan literatur, kami rinci prinsip-prinsip etika, kehalalan untuk memastikan kesesuaian produk dengan ajaran Islam. Kami juga menganalisis dampak sosial dan ekonomi dengan mengadopsi fikih entitas syariah dalam industri ini. Pemahaman mendalam terhadap fikih entitas syariah diharapkan memberikan kerangka kerja bagi pelaku industri memenuhi tuntutan konsumen terhadap kepatuhan syariah dalam pemilihan dan produksi produk sehari-hari.

Kata Kunci: *Fikih Entitas Syariah, Kosmetik Halal, Produk Makanan dan Minuman Halal, Etika, Kehalalan Produk, Dampak Sosial dan Ekonomi.*

Abstract

This The significance of developing products in accordance with Sharia principles in the cosmetics and food industry is increasingly recognized. This article delves into the concept of Sharia entity fiqh, encompassing the Islamic legal guidelines applied to Halal Cosmetics, Food Products, and Halal Beverages. Through a comprehensive literature review, we meticulously outline the principles of ethics, halal certification, and cleanliness to ensure product compliance with Islamic teachings. Additionally, we analyze the social and economic impact of adopting Sharia entity fiqh in this industry. A profound understanding of Sharia entity fiqh is expected to provide a framework for industry stakeholders to meet consumer demands for Sharia compliance in the selection and production of everyday products.

Keywords: *Sharia Entity Fiqh, Halal Cosmetics, Halal Food Products and Beverages, Ethics, Halal Certification, Social and Economic Impact.*

A. PENDAHULUAN

Kebutuhan akan makanan dan kosmetik sesuai hukum Sharia semakin meningkat, karena konsumen semakin paham tentang halalnya produk. Hukum entitas Sharia berperan penting dalam membuat aturan moral, legislasi, dan prinsip-prinsip Islam yang harus diikuti dalam proses pembuatan dan distribusi produk halal. Artikel ini menjelaskan peran penting Fikih Entitas Syariah dalam pengambilan keputusan yang bijaksana di setiap tahap produksi. Juga dibahas upaya meningkatkan pendidikan dan kesadaran konsumen serta dampak ekonomi dan sosial dari penerapan prinsip ini. Diharapkan pemahaman tentang Fikih Entitas Syariah akan

meningkatkan kepatuhan Syariah dalam produk sehari-hari dan memberikan dampak positif pada industri dan masyarakat.

B. KAJIAN PUSTAKA

Melalui studi literatur, tulisan ini menyelidiki hukum Syariah tentang produk halal. Ini mencakup hal-hal seperti makanan dan minuman halal, kosmetik halal, dan bagaimana preferensi konsumen dipengaruhi oleh faktor sosial dan ekonomi dalam pemasaran. Sertifikasi halal memberikan jaminan bahwa barang yang diproduksi atau dikonsumsi telah sesuai dengan standar halal yang diakui secara resmi. Bagi konsumen Muslim, ini penting untuk memastikan produk yang mereka gunakan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Kebijakan sertifikasi halal di Indonesia dimulai pada tahun 2001 dengan Keputusan Menteri Agama. Lembaga LPPOM MUI ditunjuk sebagai lembaga yang bertanggung jawab memberikan sertifikasi halal untuk produk yang akan dipasarkan di Indonesia. Produk kosmetik harus bebas dari bahan haram, dan proses pembuatannya harus sesuai dengan hukum syariah. Produk juga harus aman dan tidak mengandung bahan berbahaya. (Aoun dan Tournois, 2015; Kaur, Osman, dan Mazih, 2014).

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam pembuatan tulisan ini digunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis deskriptif. Yang mana caranya adalah dengan mengumpulkan data-data yang sesuai dengan keadaan sebenarnya, kemudian data tersebut diolah, disusun dan disajikan sehingga dapat memberikan gambaran tentang masalah yang terjadi. Selain itu, telah dikumpulkan penelitian terdahulu yang memiliki topik sama sebagai tambahan pertimbangan untuk tulisan ini.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Fikih Entitas Syariah

Dalam Islam, ada istilah fiqh yang terkait dengan hukum Syariah. Fiqh itu sendiri adalah pemahaman dan penerapan hukum Islam yang diambil dari sumber utama seperti Al-Quran dan Hadis. Fiqh menjelaskan aturan-aturan yang berlaku dalam kehidupan sehari-hari umat Islam, seperti dalam ibadah, transaksi bisnis, dan perilaku moral. Sementara hukum Syariah, yang berasal dari Al-Quran dan Hadis, berhubungan dengan tindakan individu yang bertanggung jawab dan bisa dijelaskan sebagai "hukum fiqh" untuk memudahkan aplikasinya. Salah satu konsep penting dalam fiqh adalah "entitas Syariah," yang mengacu pada badan usaha atau lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan hukum Syariah Islam. Entitas Syariah mengikuti aturan yang melarang transaksi riba atau aktivitas terlarang lainnya, spekulasi, dan riba (bunga). Entitas Syariah bisa berupa bank, lembaga keuangan, penyedia asuransi, perusahaan investasi, dan lain-lain. Tujuan utama dari entitas Syariah adalah menyediakan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah, seperti bagi hasil, jual beli dengan markup, kerjasama, dan lain-lain.

2. Kosmetik Halal

Di Indonesia, banyak bisnis kini masuk ke industri kosmetik karena peluang bisnisnya yang menjanjikan. Ini dipengaruhi oleh meningkatnya pendapatan masyarakat, terutama kelas menengah. Sekarang, konsumen tidak hanya memikirkan kebutuhan pokok seperti pakaian dan makanan, tapi juga memperhatikan kebutuhan lain seperti grooming dan fashion, termasuk kosmetik. Hal ini karena semakin banyak orang yang peduli akan gaya hidup sehat dan alami, termasuk wanita Muslim di Indonesia yang lebih memilih kosmetik halal dan organik.

Menurut laporan Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM MUI) tahun 2016, ada 907 produk kosmetik yang mendapat sertifikasi halal pada tahun 2015. Daftar produk halal yang diterbitkan LPPOM MUI setiap tahun menunjukkan jumlah kosmetik yang bersertifikasi halal, yang terus bertambah dari tahun ke tahun. Contoh perusahaan kosmetik terkenal di Indonesia yang telah mendapat sertifikasi halal adalah Wardah dan Sariayu.

Peningkatan permintaan kosmetik halal mencerminkan pengaruh agama dalam keputusan konsumen. Agama memainkan peran penting dalam pandangan, keyakinan, dan tindakan individu, sehingga penting untuk diteliti dalam perilaku konsumen. Agama adalah keyakinan pada aturan yang tidak berubah dan ajaran suci, sementara religiusitas mencerminkan seberapa besar seseorang berkomitmen pada agamanya dan bagaimana hal itu tercermin dalam sikap dan tindakan mereka.

3. Makanan Dan Minuman Halal

Kata 'halal' artinya 'boleh'. Makanan halal adalah yang boleh dimakan menurut Islam, kecuali yang dilarang. Makanan halal baik untuk kesehatan fisik dan rohani. Semua yang bisa dimakan, seperti buah, sayuran, daging, disebut makanan. Allah menetapkan standar untuk makanan yang boleh dimakan dan baik. Ada beberapa kategori makanan halal berdasarkan sumbernya, cara memperolehnya, pengolahan, penyajiannya, dan prosesnya yaitu ;

1. Makanan Halal pada Dasarnya, makanan yang pada dasarnya boleh dimakan adalah makanan halal. Ada banyak makanan halal dan baik, tapi beberapa mungkin tidak dianjurkan berdasarkan bukti ilmiah. Al-Quran dan Hadis menunjukkan makanan halal tersebut, seperti daging kambing, ayam, kurma, apel, dan daging kerbau.
2. Halal dalam Perolehannya, makanan halal diperoleh melalui cara yang sah, seperti membeli atau bekerja. Islam menekankan pentingnya makanan yang halal dan baik.
3. Halal dalam Pengolahannya, semua makanan pada awalnya diperbolehkan, tetapi jika diolah dengan cara yang salah, bisa menjadi tidak halal. Misalnya, anggur pada dasarnya diperbolehkan, tetapi jika diolah menjadi minuman keras, menjadi haram.
4. Halal dalam Penyajiannya, makanan yang disajikan harus sesuai dengan aturan, seperti tidak mencampurkan makanan halal dengan yang tidak jelas statusnya.
5. Halal dalam Prosesnya, makanan yang ditandai sebagai halal harus dihasilkan dengan cara yang sesuai dengan aturan Islam. Jika tidak, maka makanan tersebut tidak layak dikonsumsi. Ada beberapa situasi di mana makanan bisa dianggap tidak halal, seperti saat proses penyembelihan tidak mengikuti aturan.

Hanya minuman tertentu yang dilarang, yaitu 'khamar,' atau minuman yang memabukkan, seperti yang dinyatakan dalam hadis Nabi Muhammad SAW. Batasan khamar ditentukan oleh sifatnya, bukan oleh jenisnya.

4. Etika

Prinsip etika dalam hukum Syariah mengenai barang halal adalah tentang kejujuran dan manfaat. Berikut beberapa prinsip moral dalam hukum Syariah yang berlaku untuk barang halal:

1. Kejujuran, barang harus dibuat dengan jelas agar benar-benar halal. Perusahaan harus utamakan kejujuran dalam mengelola dan mempromosikan barang halal.
2. Kesadaran Merek, produk halal harus dikenal dengan baik, membuat pelanggan senang dan mau beli serta merekomendasikannya.
3. Kualitas, produk harus sangat bagus dan pasti halal sesuai hukum Islam.
4. Transparansi, bisnis harus jujur dalam mempromosikan produk halal. Pelanggan harus yakin produk yang dibeli benar-benar halal.
5. Pengujian Kehalalan, produk halal harus diuji sesuai aturan agama. Bisnis harus memastikan produk halal yang dijual memenuhi semua aturan.
6. Pertumbuhan Industri Halal, bisnis harus perhatikan pertumbuhan industri halal secara berkelanjutan dengan meningkatkan kualitas, mengembangkan produk baru, dan teknologi.
7. Pengembangan Ekonomi Syariah, bisnis harus sadar bagaimana nilai-nilai Islam diterapkan dalam ekonomi, menciptakan ekonomi syariah yang adil, sadar, dan bermanfaat.

Dalam mengelola dan memasarkan produk halal, perusahaan harus patuhi prinsip etika ini agar produk yang dijual benar-benar halal sesuai syariah.

5. Kehalalan Produk

Salah satu cara memastikan makanan halal adalah dengan menggunakan sertifikat halal yang disertakan bersama produknya. Namun, kita perlu memastikan bahwa sertifikat tersebut sesuai dengan syarat-syarat syariah yang telah ditetapkan. Ini termasuk tingkat keahlian lembaga yang menerbitkan sertifikat, kriteria halal yang digunakan, staf yang terlibat, dan proses sertifikasi itu sendiri. Dengan demikian, diperlukan standar dan prosedur yang dapat menjamin keakuratan hasil sertifikasi halal.

Ketika sebuah produk telah bersertifikasi halal sesuai dengan hukum Islam, artinya produk tersebut tetap halal selama seluruh proses produksi dan distribusi, maka dianggap halal. Fatwa halal yang tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia menjadi dasar bagi Sertifikat Halal, yang merupakan pengakuan atas kevalidan halal suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Sebuah produk dapat dianggap bebas dari zat-zat terlarang dan cocok untuk dikonsumsi setelah menerima sertifikat halal.

Berdasarkan ketentuan Pasal 135 Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021, produk-produk yang wajib memiliki sertifikat halal meliputi:

1. Makanan
2. Minuman
3. Obat
4. Kosmetik
5. Produk Kimiawi
6. Produk Biologi
7. Barang gunaan yang dipakai, digunakan atau dimanfaatkan.

6. Dampak Sosial Dan Ekonomi

Dalam fikih entitas syariah, produk halal memiliki berbagai dampak sosial dan ekonomi yang penting. Berikut beberapa aspeknya:

1. Permintaan Produk Halal, bisnis halal menjadi penting dalam ekonomi Syariah karena makin banyaknya orang yang menginginkan produk halal. Ini terutama terjadi di negara-negara dengan banyak penduduk Muslim.
2. Pengembangan Industri Halal, karena makin banyaknya permintaan produk halal, industri halal pun berkembang. Ini membuat manajemen dan pemasaran produk halal semakin baik. Masyarakat membutuhkan barang yang sesuai dengan aturan Syariah.
3. Kualitas Produk Halal, permintaan yang meningkat untuk barang halal menghasilkan produk yang lebih berkualitas, sehingga pelanggan bisa mendapatkan barang yang sesuai dengan aturan Syariah. Masyarakat membutuhkan produk halal sesuai dengan hukum Islam.
4. Ekonomi Syariah, saat pasar halal bertumbuh, ekonomi syariah juga ikut berkembang, sehingga pengelolaan dan promosi barang halal lebih efektif. Ini karena kesadaran akan pentingnya konsumsi produk halal meningkat, terutama di negara-negara dengan jumlah Muslim yang banyak.
5. Kesadaran Publik, semakin banyak yang tahu tentang barang halal, mereka lebih mudah memutuskan apa yang akan dibeli dan merekomendasikannya kepada orang lain. Ini karena kesadaran akan pentingnya makanan halal meningkat, terutama di negara-negara dengan jumlah Muslim yang besar.
6. Sistem Sertifikasi Halal, dengan bertambahnya permintaan barang halal, sistem sertifikasi halal dibuat untuk memudahkan pengelolaan dan pemasaran produk halal. Masyarakat ingin barang sesuai dengan hukum Syariah, itulah yang mendorong hal ini.

Dalam hukum Islam, produk halal harus memenuhi persyaratan yang mencakup sumber daya manusia, bahan baku, proses, dan pembiayaan. Ini karena masyarakat ingin memiliki produk yang sesuai dengan aturan agama. Permintaan yang meningkat untuk produk halal bisa mendorong pertumbuhan industri halal, meningkatkan kualitas produk, ekonomi, kesadaran masyarakat, dan pengembangan sistem sertifikasi halal.

E. KESIMPULAN

Pembuatan dan penyebaran produk kosmetik, makanan, dan minuman halal bergantung pada ketaatan terhadap ajaran Islam, standar etika, dan persyaratan hukum yang ditetapkan oleh fiqh Entitas Syariah. Pengantar ini menggambarkan pentingnya fiqh tersebut dalam membimbing keputusan yang bijaksana dalam semua tahapan rantai pasok produk yang sesuai dengan hukum syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Perindustrian, R. (2016). Kemenperin: Tingkatkan Kemandirian Industri Kosmetik dan Jamu Nasional. Retrieved March 15, 2018, from <http://kemenperin.go.id/artikel/15969/Tingkatkan-Kemandirian-Industri-Kosmetik-dan-Jamu-Nasional>.
- Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika MUI. (2016). Daftar Belanja Produk Halal. Majelis Ulama Indonesia. Retrieved from <http://www.halalmui.org/mui14/images/daftarprodukhalal.pdf>.
- Euromonitor International. (2015). Consumer lifestyles in Indonesia. Passport.
- Farrag, D. A., & Hassan, M. (2015). The Influence of Religiosity on Egyptian Muslim Youths' Attitude Towards Fashion. *Journal of Islamic Marketing*. Vol. 6(1): 95–108. doi: <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2014-0030>.
- Johnson, B. R., Jang, S. J., Larson, D. B., & De Li, S. (2001). Does Adolescent Religious Commitment Matter? A Reexamination of the Effects of Religiosity on Delinquency. *Journal of Research in Crime and Delinquency*. Vol. 38(1): 22–44. doi: <https://doi.org/10.1177/0022427801038001002>.
- M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Quran*, Bandung:PT. Mizan, 1996.
- Yusuf Qardhawi, *Halal Haram Dalam Islam*, Solo:Era Intermedia, 2003. Sarwat Ahmad. 2003. *Halal Atau Haram*. Jakarta: Gramedia
- Sertifikat Halal : Pengertian dan Alur Sertifikasi Halal. 11 Jan. Diakses dari: <https://legalitas.org/tulisan/sertifikat-halal--pengertian-dan-alur-sertifikasi-halal#:~:text=Sebuah%20produk%20dikatakan%20halal%20apabila,produksi%20hingga%20distribusi%20terjamin%20kehalalannya>.
- Dr. Ir. Adam Wiryawan, M. P. (2020). EKOSISTEM INDUSTRI HALAL. *Bank Indonesia*, 33-50.
- Septiana, W. (t.thn.). AKAD JUAL BELI PRODUK KOSMETIK TANPA ATURAN. 40-55.
- Sylvia Ira Dwi Novitasari, K. F. (t.thn.). Pengaruh Literasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Mahasiswa Ekonomi Islam Se Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 40-67.