

Prinsip Keharusan Label Sertifikasi Halal pada Barang Gunaan dalam Perniagaan Islam

Wahyudin Darmalaksana¹, Widodo Dwi Ismail Aziz²

Jurusan Ilmu Hadis, Fakultas Ushuluddin
UIN Sunan Gunung Djati Bandung
Program Studi Magister Ekonomi Islam,
Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung
yudi_darma@uinsgd.ac.id

Abstract

This study aims to discuss the principle of mandatory halal certification labeling on used goods. This study uses a qualitative approach by applying the descriptive-analytical method. The results of this study indicate that the halal certification label for used goods is useful as consumer protection and at the same time an advantage for producers in maintaining consumer loyalty. The necessity of a halal certification label can be understood through the basic principles in Islamic commerce, namely shidiq, amanah, tabligh and fathonah. This study concludes that the mandatory halal certification label already has a foundation of universal Islamic commerce principles so that it plays a role in providing guarantees to consumers in the provision of healthy, clean, good, and safe goods.

Keywords: Business; Certificate; Halal; Islam

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membahas prinsip keharusan labelisasi sertifikasi halal pada barang gunaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menerapkan metode deskriptif-analitis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label sertifikasi halal bagi barang gunaan bermanfaat sebagai perlindungan konsumen dan sekaligus keuntungan bagi produsen dalam menjaga loyalitas konsumen. Keharusan label sertifikasi halal dapat dipahami melalui prinsip-prinsip mendasar dalam perniagaan Islam, yakni shidiq, amanah, tabligh dan fathonah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keharusan label sertifikasi halal telah memiliki landasan prinsip-prinsip perniagaan Islam yang bersifat universal sehingga berperan memberikan jaminan terhadap konsumen dalam penyediaan barang gunaan yang sehat, bersih, baik, dan aman.

Kata Kunci: Bisnis; Halal; Islam; Sertifikat

Pendahuluan

Keharusan menempelkan label sertifikasi halal pada barang gunaannya masih menyisakan perbincangan serius di Indonesia. Apabila dilihat dalam pemasaran, terlihat bahwa masih banyak beredar penjualan barang gunaannya tanpa memiliki sertifikat halal. Sertifikat halal adalah jaminan untuk memberikan kepastian atas kehalalan sebuah produk yang diperdagangkan (Angriyani, 2021). Barang gunaannya ialah barang yang dipakai, digunakan atau dimanfaatkan oleh masyarakat (Bishri, 2021). Kewajiban untuk melakukan sertifikasi halal sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Setelah mengupayakan sertifikat halal, pengusaha diharuskan untuk memasang label halal pada barang gunaannya yang didagangkan (Shakilla & Ramli, 2022). Keharusan pemasangan label sertifikasi halal ini pada prinsipnya merupakan bentuk jaminan pelayanan bagi konsumen. Karena menyalahi prinsip perniagaan Islam, terkait masih banyaknya beredar penjualan barang gunaannya tanpa label sertifikasi halal dipandang perlu dilakukan penelitian.

Permasalahan utama penelitian ini adalah terdapat prinsip keharusan labelisasi sertifikasi halal pada barang gunaannya. Pertanyaan penelitian ini ialah bagaimana prinsip keharusan labelisasi sertifikasi halal pada barang gunaannya. Penelitian ini bertujuan untuk membahas prinsip keharusan labelisasi sertifikasi halal pada barang gunaannya. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan pengetahuan ekonomi Islam. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi rujukan dalam implementasi perniagaan barang gunaannya yang dilandasi prinsip menjamin kehalalan.

Sertifikasi halal tidak terlepas dari kesadaran halal, yaitu pemahaman dan pengetahuan mengenai konsep halal (Hamdani et al., 2021). Berdasarkan konsep halal, maka dipastikan naluri manusia bisa membedakan suatu hal yang memberi manfaat dan mafsadat bagi dirinya (Kristiane, 2021). Dalam konteks ini, keharusan sertifikat halal pada produk dagangan pada dasarnya sebagai bentuk jaminan pelayanan dari produsen terhadap konsumen (Putri, 2021). Terlebih setelah pebisnis mengupayakan sertifikat halal melalui ikrar (Salamah et al., 2021), lalu pemasangan label halal pada barang gunaannya yang dipasarkan, maka secara signifikan akan mempengaruhi persepsi minat beli pada konsumen (Hamdani et al., 2021).

Adapun hal yang paling utama adalah pemahaman atas prinsip keharusan label sertifikasi halal.

Penelitian terdahulu telah dilakukan oleh Trisnawati, E., Wahab, A., & Habbe, H. (2021), "Implementasi Etika Berdagang dengan Sifat Siddiq, Tabligh, Amanah, Fathanah pada Waroeng Steak and Shake Cabang Boulevard Makassar," *Economos: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. Penelitian ini memandang bahwa etika (perdagangan dan jasa) dalam ekonomi Islam, yakni pemuatan prinsip-prinsip moral dalam sumber hukum menjadikan etika berdagang merupakan basis yang harus dipegang dan dijalankan seseorang atau kelompok dalam melakukan aktivitasnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi etika berdagang dengan sifat siddiq, tabligh, amanah, dan fathanah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kasus pada Waroeng Steak and Shake Cabang Boulevard Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam melalui prinsip karakter dasar Rasulullah Saw., yaitu shidiq, amanah, tabligh, dan fathanah dinilai telah diimplementasikan di Waroeng Steak and Shake Cabang Boulevard Makassar (Trisnawati et al., 2021).

Hasil penelitian sekarang memiliki persamaan dan sekaligus perbedaan dengan hasil penelitian terdahulu. Kesamaannya terletak pada pembahasan niaga Islam dengan prinsip shidiq, amanah, tabligh, dan fathanah. Perbedaannya terletak pada pembahasan tentang prinsip perniagaan Islam berkenaan dengan keharusan label sertifikasi halal.

Prinsip berniaga berdasarkan karakter Nabi Saw. adalah shidiq, amanah, tabligh dan fathonah (Qomarudin et al., 2021). Shidiq artinya benar (kejujuran), bukan hanya perkataan, melainkan juga perbuatan (sejalan dengan ucapan); Tabligh merupakan kegiatan menyampaikan ajaran Allah dan Rasul kepada orang lain ataupun umat muslim; Amanah merupakan kebalikan dari hianat yakni dapat dipercaya; dan Fathanah artinya cerdas yakni sebagai seorang pemasar harus cerdas dan bijaksana, dalam kata lain pemasar harus mengerti, memahami, menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya (Paksi, 2021; Trisnawati et al., 2021).

Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian meliputi empat hal, yaitu pendekatan dan metode penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data (UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2020). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (Darmalaksana, 2020) dengan menerapkan metode dekriptif-analitis. Jenis data dalam penelitian ini berupa data kualitatif yang bersumber dari data kepustakaan, baik primer maupun sekunder. Sumber primer penelitian ini meliputi data

kepastakaan seputar prinsip-prinsip perniagaan Islam dan sertifikasi halal. Sumber sekunder mencakup berbagai pembahasan yang terkait dengan topik penelitian yang diambil dari artikel jurnal, buku, dan dokumen lainnya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penelitian kepustakaan (*library research*). Sedangkan teknik analisis data dilakukan melalui inventarisasi, klasifikasi, dan interpretasi (UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2020).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian dan pembahasan di bawah ini.

1. Keharusan Label Sertifikasi Halal

Barang gunaannya meliputi kemasan yang diproduksi oleh perusahaan dan barang non-kemasan yang dijual oleh pedagang kecil. Undang-Undang Jaminan Produk Halal belum mengatur mengenai pencantuman label halal terhadap produk yang bukan dikemas. Peraturan pemerintah memberikan kemudahan untuk pedagang kecil yang hasil produknya tidak dalam bentuk kemasan, maka tidak perlu mencantumkan label halal tetapi hanya perlu dibuktikan melalui sertifikat halal saja (Shakilla & Ramli, 2022). Sebab, implementasi UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal akan mengharuskan semua produk yang beredar di Indonesia bersertifikat halal (Salamah et al., 2021).

Meskipun terdapat keharusan memasang label sertifikasi halal, namun tidak diwajibkan untuk barang gunaannya non-kemasan yang diproduksi dan diniagakan oleh UMKM kecuali keharusan pengajuan sertifikat halal melalui ikrar halal (Salamah et al., 2021). Sertifikat halal dikeluarkan oleh MUI, yakni Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM). Hal ini setelah dilakukan pengujian oleh Badan Penyelenggara Jaminan Halal (BPJH) yang berada di bawah naungan Kementerian Agama (Akib, 2020). Sementara izin label halal pada kemasan pangan diberikan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan, BPOM, Republik Indonesia (Nasution et al., 2021). Dalam hal ini, lahir kesepakatan bahwa sertifikasi halal cukup dikeluarkan oleh MUI (Hidayat & Siradj, 2015).

Keharusan label sertifikasi halal bukan saja kebutuhan konsumen tetapi juga keuntungan bagi pebisnis. Konsumen membutuhkan produk pangan aman dikonsumsi, bebas penyakit, bergizi dan sehat serta mendatangkan ketentraman secara batin yang tidak tercampur dengan bahan-bahan non halal (Hidayat & Siradj, 2015). Sementara itu, kesadaran halal yang bersifat naluriyah pada setiap manusia (Kristiane, 2021) akan menghasilkan persepsi terhadap produk-produk dagangan terkait dengan minat membeli (Trisnawati et al., 2021) yang pada gilirannya akan menumbuhkan loyalitas

konsumen terhadap produsen (Hidayat & Siradj, 2015). Dengan demikian, keharusan label sertifikasi halal bukan saja semata-mata perlindungan konsumen tetapi juga menguntungkan produsen.

2. Barang Gunaan Tanpa Label Sertifikasi Halal

Bukan masalah perdagangan barang gunaan non-kemasan yang diproduksi UMKM tanpa label sertifikasi halal, melainkan cukup memiliki sertikat halal (Salamah et al., 2021) dari LPPOM MUI. Akan tetapi, masalahnya adalah kesangsiian konsumen terhadap barang gunaan yang harus aman tanpa tercampur bahan-bahan non halal yang menjadi bagian tak terpisahkan dari perlindungan konsumen. Bahkan, secara ekstrem, Kristiane (2021) menyatakan, apabila sekiranya diperlukan, maka bukan kehalalan yang dilabelisasi melainkan labelisasi haram (Kristiane, 2021).

Dewasa ini, umat manusia di berbagai penjuru dunia sangat menggandrungi konsep halal. Halal dipahami sebagai konsep universal yang memberikan jaminan terhadap konsumen atas produk yang bersih, sehat, baik, dan aman (Darmalaksana, Wahyuddin; Busro, 2021). Masyarakat dunia memiliki kesadaran halal dalam konsep universal tersebut sehingga menuntut para pebisnis untuk menerapkan prinsip halal dalam berbagai sektor usaha (Darmalaksana & Busro, 2021). Halal tidak dipahami dalam konteks syariat Islam (fiqih), tetapi lebih luas lagi. Dengan demikian, suatu barang gunaan yang dipasarkan tidak masalah tanpa label sertifikasi halal karena yang paling prinsip konsumen terjamin dalam hal barang niaga yang bersih, sehat, baik, dan aman.

Hanya saja dalam suatu negara tetap diperlukan pengaturan, sebab dipastikan terdapat pula pebisnis yang semata-mata bertujuan untuk meraup keuntungan tanpa memperhatikan hal terkait jaminan perlindungan konsumen. Dalam kasus ini, pebisnis berarti tidak memiliki itikad untuk menjaga loyalitas konsumen (Hidayat & Siradj, 2015). Perdagangan yang dilakukan oleh Rasulullah Saw. pada dasarnya tanpa menggunakan label halal, namun Nabi Muhammad Saw. dalam berdagang sangat menerapkan prinsip-prinsip perniagaan Islam.

3. Prinsip Kehalalan Barang Gunaan dalam Perniagaan Islam

Nabi Muhammad Saw. menerapkan beberapa prinsip esensial dalam perniagaan Islam, yaitu shidiq, amanah, tabligh dan fathonah (Qomarudin et al., 2021). Prinsip ini oleh kalangan pebisnis dunia muslim dirancang menjadi modul implementasi bisnis Bernama FAST, yaitu singkatan dari fathonah, amanah, shidiq, dan tabligh (Paksi, 2021).

Fathanah merupakan sebuah konsep yang mengajrkan implementasi bisnis hendaknya dilandasi kecerdasan. Cerdas dalam arti bijaksana untuk

mengerti, memahami, menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajiban pebisnis (Paksi, 2021; Trisnawati et al., 2021). Amanah mengandung pengertian dapat dipercaya dalam arti tidak melakukan hianat (Paksi, 2021; Trisnawati et al., 2021). Shidiq artinya menerapkan kejujuran dalam praktik perdagangan hingga menimbulkan loyalitas konsumen (Paksi, 2021; Trisnawati et al., 2021). Sedangkan tabligh dipahami bahwa berdagang tidak terlepas dari ibadah dan dakwah dalam mewujudkan kesejahteraan umat manusia (Paksi, 2021; Trisnawati et al., 2021).

Label sertifikasi halal tidak berarti tanpa prinsip perniagaan yang telah menjadi karakter dalam diri Rasulullah Saw. Nabi Muhammad adalah saudagar dalam arti pedagang yang sukses. Prinsip-prinsip perdagangan yang diajarkan Rasulullah Saw hendaknya menjadi landasan dasar bagi keharusan sertifikasi halal. Apa yang telah diajarkan Nabi Saw. bukan semata-mata syariat Islam, melainkan prinsip-prinsip universal untuk praktik perniagaan. Apabila barang guna non-kemasan produksi UMKM boleh tanpa label sertifikasi halal setelah memiliki sertikat halal (Salamah et al., 2021), maka apa yang menjadi jaminan pelayanan perlindungan konsumen. Karena itu, label halal tetap penting dan lebih penting lagi prinsip-prinsip ajaran Rasulullah Saw.

Sungguhpun demikian, pemerintah memiliki tanggung jawab untuk memberikan kemudahan dalam pengurusan sertifikat halal dan labelisasi halal, khususnya bagi sektor UMKM. Masih maraknya barang guna yang beredar tanpa label sertifikasi halal bisa jadi bukan keengganan pedagang dalam pengurusan sertifikasi halal, melainkan diperlukan sosialisasi secara lebih intensif melalui agenda-agenda semisal pendampingan (Salamah et al., 2021). Agenda ini bukan labelisasi melainkan semata-mata jaminan perlindungan konsumen.

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa label sertifikasi halal bagi barang guna bukanlah labelisasi melainkan perlindungan konsumen dan sekaligus keuntungan bagi produsen dalam memperkuat loyalitas konsumen. Keharusan label sertifikasi halal akan dipahami sebagai labelisasi kehalalan tanpa diterapkannya prinsip-prinsip mendasar perniagaan Islam, yakni shidiq, amanah, tabligh dan fathonah. Perniagaan Islam mempunyai prinsip-prinsip universal yang memberikan jaminan dari produsen terhadap konsumen tentang barang guna yang sehat, bersih, baik, dan aman. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan pengetahuan ekonomi Islam. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi rujukan dalam

implementasi perniagaan barang guna yang dilandasi prinsip menjamin kehalalan. Penelitian ini mempunyai keterbatasan sehingga perlu dilakukan penelitian lapangan terkait indikator shidiq, amanah, tabligh dan fathonah. Penelitian ini merekomendasikan kepada lembaga terkait untuk melakukan pendampingan terhadap dunia usaha berkenaan dengan keharusan label sertifikasi halal.

Daftar Pustaka

- Akib, I. (2020). Labelisasi Halal dalam Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Pena: Sains Dan Ilmu Pendidikan*, 12(1), 28–32.
- Angriyani, A. M. (2021). Peran Negara dalam Memberikan Perlindungan Pada Konsumen atas Penggunaan Produk Pangan Tidak Berlabel Halal Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, 4(1), 19–26.
- Bishri, M. H. (2021). *Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Labelisasi Halal pada Produk Halal Non Makanan di Kota Bandung*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Darmalaksana, Wahyuddin; Busro, B. (2021). Kosmetik Halal sebagai Lifestyle untuk Kesehatan: Studi Takhrij dan Syarah Hadis. *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 6(02), 148–162.
- Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Darmalaksana, W., & Busro, B. (2021). Pariwisata Halal Perspektif Ekonomi Syariah: Studi Takhrij Hadis. *Masyarakat Pariwisata: Journal of Community Services in Tourism*, 2(2), 99–108.
- Hamdani, A., Sari, N., & Umuri, K. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikat Halal terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC). *Al-Buhuts*, 17(2), 198–212.
- Hidayat, A. S., & Siradj, M. (2015). Sertifikasi Halal dan Sertifikasi Non Halal pada Produk Pangan Industri. *Ahkam: Jurnal Ilmu Syariah*, 15(2).
- Kristiane, D. (2021). Labelisasi Halal dan Haram. *Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 59–74.
- Nasution, N. E., Poerwono, H., Ekowati, J., Rudyanto, M., Nofianti, K. A., & Syahrani, A. (2021). Revitalisasi Usaha Kecil Menengah Dharma Boga Bojonegoro melalui Pelatihan Cara Produksi dan Registrasi Pangan yang Baik Serta Halal. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(2), 219–228.
- Paksi, H. P. (2021). *Modul Penguatan Karakter FAST (Fathonah, Amanah, Shidiq, Tabligh)*. Scopindo Media Pustaka.
- Putri, E. A. (2021). Kewenangan MUI Pasca Terbitnya PP No. 31 Tahun

- 2019 Tentang Peraturan Pelaksanaan UU No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. *Krtha Bhayangkara*, 15(2), 333–350.
- Qomarudin, A., Mushoffi, M. F., Nisa, S. C., & Fitriyah, H. (2021). Peningkatan Penjualan Produk Barang Gunaan Melalui Sertifikasi Halal. *Al Yasini: Jurnal Keislaman, Sosial, Hukum Dan Pendidikan*, 6(2), 362.
- Salamah, N., Guntarti, A., & Sunarti, S. (2021). Pendampingan UMKM Bisnis Corners Menuju Ikrar Halal. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan*, 3(1), 1099–1104.
- Shakilla, D., & Ramli, T. A. (2022). Kewajiban Pedagang Kaki Lima Menyatakan Kehalalan Produk sebagai Jaminan Keselamatan Konsumen Menurut Hukum Positif. *Bandung Conference Series: Law Studies*, 2(1).
- Trisnawati, E., Wahab, A., & Habbe, H. (2021). Implementasi Etika Berdagang dengan Sifat Siddiq, Tabligh, Amanah, Fathanah pada Waroeng Steak and Shake Cabang Boulevard Makassar. *Economos: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(3), 177–183.
- UIN Sunan Gunung Djati Bandung. (2020). *Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.