

HALAL VS HARAM: LABEL YANG DIBUTUHKAN UMMAT, PELAJARAN DARI QS. ABASA [80] AYAT 24

¹Hanif Al Mujahid, ²Luthfiah Az Zahra Ramadhani, ³Asty Kurnia

¹haniifalmujahid@gmail.com, ²luthfiahazzahrazahra@gmail.com, ³rnaaasty@gmail.com

¹Manajemen Bisnis Syariah, ^{2,3}Perbankan Syariah, STEI Hamfara Yogyakarta

Riwayat Artikel		
Diterima: 3 Juli 2023	Disetujui: 6 September 2023	Dipublish: 9 Oktober 2023

Abstrak: Artikel ini bertujuan untuk mempelajari pemberian label halal pada produk makanan dan pengaruhnya pada daya minat beli konsumen muslim yang terinspirasi dari al-Qur'an Surah Abasa [80] ayat 24. Metode yang digunakan dalam meneliti dan menulis artikel ini adalah kualitatif deskriptif. Informasi dikumpulkan dari beberapa artikel, jurnal, berita, dan buku yang ada serta observasi sederhana dari pengalaman implementasi ilmu yang diajarkan di perkuliahan. Hasil dari penelitian ini mengungkap bahwa labelisasi terhadap suatu produk makanan dapat mempengaruhi daya minat beli bagi konsumen muslim.

Kata Kunci: labelisasi, pengaruh daya beli, minat konsumen

Abstract: This article aims to study halal labeling on food products and its effect on the purchasing power of Muslim consumers inspired by the Qur'an Surah Abasa [80] verse 24. The method used in researching and writing this article is descriptive qualitative. Information is collected from several articles, journals, news, and books as well as simple observations from the implementation experience of science taught in lectures. The results of this study revealed that labeling of a food product can affect purchasing power for Muslim consumers.

Keywords: labeling, influence of purchasing power, consumer interest

PENDAHULUAN

Saat ini banyak sekali produk yang tidak jelas status kehalalan dan keharamannya. Entah dari bahan yang dipakai, cara mengelola sampai ke nama produk yang juga harus sesuai dengan apa-apa yang telah Allah SWT perintahkan (Maulida & Khairunnisa, 2023). Proses menjalankan aktifitas yang telah Allah SWT perintahkan diharapkan oleh konsumen mendapatkan manfaat serta kebaikan dari produk yang diproduksi dengan halal. Secara pasti, produk halal dapat dilihat dari kualitas produk tersebut. Kualitas suatu produk dapat dilihat dari sisi komposisinya, namun selain itu hal terpenting yaitu apakah produk tersebut sudah melewati tahap seleksi dari hal-hal yang diharamkan. Labelisasi pada produk, tampilan label yang ada dalam suatu kemasan produk dapat menjadi value bagi produk (P. K. Dewi, Utomo, Sasono, & Murtadlo, 2022; Sugianto, 2019). Labelisasi juga dapat meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap pembelian produk sesuai dengan worldview mereka (Zarkasyi, 2013). Jaminan sertifikasi halal pada produk menjadi hal yang penting untuk menjamin dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Kemudian dalam suatu pembahasan muncul beberapa pendapat tentang labelisasi produk yaitu mengenai manakah yang lebih dibutuhkan oleh konsumen terutama konsumen muslim, label halal atau label haram yang seharusnya ada pada kemasan produk.

Label haram vs Label halal, manakah yang lebih dibutuhkan ummat? Label ialah salah satu komponen yang berwujud sebagai penjelasan dalam sebuah produk. Label dalam Bahasa Indonesia adalah nama atau memberi sedangkan kata Label berasal dari Bahasa Inggris, label memiliki keterkaitan dengan strategi pemasaran. Menurut Sunyoto label adalah salah satu komponen dari suatu produk yang memberikan arahan terkait dengan produk itu sendiri (Setiawan, 2022). Ini merupakan topik yang diambil berkaitan dengan Qur'an Surat Abasa [80] ayat 24 (Agama, 2017). Dalam artikel ini akan membahas terkait label haram dan label halal, yang salah satunya nanti akan menjadi point penting yang menjadi landasan manakah label yang dibutuhkan ummat. Jumlah produk yang haram tentunya lebih sedikit dibanding produk yang halal. Usulan agar label haram yang digunakan dari segi kepraktisan dalam memilih produk, memang terkesan lebih sederhana dan mudah. Karena jumlah dan jenis pangan diharamkan sangatlah sedikit, yang diperlukan umat Islam sebenarnya bukanlah "label halal", melainkan "label haram". Pemberian label haram terkesan produk yang lainnya adalah halal dan itu tidak dibenarkan karena belum melalui proses pengkajian syara' (Imam Masykoer Alie, 2003)

Dalil lainnya adalah di negara Islam, pemberian label haram terhadap produk yang tidak boleh dikonsumsi umat Islam, akan menjadi lebih simpel dan mudah. Usulan agar label haram yang digunakan dari segi kepraktisan dalam memilih produk, memang terkesan lebih sederhana dan mudah. Karena jumlah dan jenis pangan diharamkan sangatlah sedikit, yang diperlukan umat Islam sebenarnya bukanlah "label halal", melainkan "label haram". Jadi, produk yang tidak diberi label haram, itu berarti produk tersebut adalah halal. Dengan makna lain, pemberian label haram terkesan produk yang lainnya adalah halal dan itu tidak dibenarkan karena belum melalui proses pengkajian syara' (Imam Masykoer Alie, 2003) Terlepas dari banyak manfaat kesehatan, ada sejumlah alasan mengapa makanan halal dapat membawa hal positif dalam hidup. Proses zabiha adalah tentang pengorbanan, niat, dan kesadaran (Arwani, Jaelani, Firdaus, & Hanim, 2022). Ketika seseorang memilih 'halal', dia menghidupkan kembali proses yang disengaja dan terkait dengan Tuhan. Dengan kata lain, seorang Muslim akan merasa senang dan puas setiap kali mengkonsumsi makanan halal (Ratnasari et al., 2020). Oleh sebab itu, yang diperlukan adalah label halal. Label halal tidak menimbulkan kegoncangan bahkan dapat membuat terasa lebih nyaman di hati umat Islam dan umat lain. Itu terjadi, ketika perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sedemikian maju, sehingga suatu produk yang bersumber pangan yang suci atau halal, prosesnya bisa melalui proses yang tidak halal. Ekonomi Islam mengajarkan konsumsi yang dilakukan harus berdasarkan atas kebutuhan riil dan bukan keinginan yang dapat mengakibatkan kemubaziran dalam pola konsumsi (Utomo, 2021). Apalagi jika sampai mengkonsumsi makanan haram, ini jelas tidak memperhatikan seruan Allah SWT dalam QS Abasa [80] ayat 24, artinya melakukan kemaksiatan.

Penetapan label halal tersebut, menurut Kepala BPJPH Muhammad Aqil Irham, dilakukan untuk melaksanakan ketentuan Pasal 37 Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Penetapan ini juga bagian dari pelaksanaan amanat Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang JPH (Musyafah, 2019). Ekonomi Islam dalam labelisasi makanan halal ini bisa dikatakan juga berkontribusi terhadap pembangunan nasional Indonesia (Fardiansyah & Utomo, 2023). Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya maka penelitian ini penting untuk mengetahui seberapa butuhnya labelisasi produk untuk konsumen, terlebih lagi untuk konsumen muslim. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri, yaitu memiliki kesempatan untuk

mengimplementasikan ilmu yang didapatkan di perkuliahan yaitu tafsir ayat ekonomi Islam dengan metode ilmiah untuk mengetahui kebutuhan labelisasi produk untuk umat. Manfaat bagi dunia akademisi yaitu menjadi rujukan labelisasi produk yang menggunakan metode rasional ekonomi Islam, dengan mengacu dari al- quran dan al hadist. Karena pada dasarnya sumber referensi Islam adalah keduanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sebagai metode penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa bahasa tertulis atau lisan dari orang dan pelaku yang dapat diamati. Pendekatan kualitatif ini dilakukan untuk menjelaskan dan menganalisis fenomena individu atau kelompok, peristiwa, dinamika sosial, sikap, keyakinan, dan persepsi. Kemudian dikaitkan dengan kaidah-kaidah pemikiran yang digunakan dalam penelitian. Data yang dikumpulkan dalam survei kemudian diinterpretasikan. Mengambil informasi dari quran dan ayatnya yaitu "*Maka hendaklah manusia itu memperhatikan makanannya. Jika manusia bersikeras dengan keingkarannya, maka hendaklah manusia itu memperhatikan makanannya yang dia makan setiap hari; dari mana makanan itu berasal?*" (QS. Abasa [80] ayat 24) sebagai sumber informasi. Penelitian ini menitikberatkan pada analisis atau interpretasi bahan tertulis sesuai dengan label haram dan label halal. Untuk mengembangkan data yang sudah ada, kemudian membuka pola pikir untuk mengungkapkan label mana yang lebih dibutuhkan umat. Perlu juga mengamati dan memahami perilaku konsumen dalam memilih produk yang berlabelisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim yang dalam pemenuhan kebutuhan sehari harinya harus tunduk pada syariat Islam. Mereka memperhatikan bentuk, dzat, dan transaksi yang terjadi dalam pemenuhannya. Dalam keputusan pembelian suatu produk konsumen harus memperhatikan apa saja yang dibeli. Disamping mayoritas penduduk Indonesia yang muslim, namun produk produk yang non halal juga sangat berkeliaran di pasar. Mulai dari zatnya yang haram, yaitu mengandung hal- hal yang sudah jelas diharamkan dalam Al quran dan as sunnah. Tidak hanya dzatnya saja ketidak halalan suatu produk juga dapat disebabkan karena transaksi yang dilakukan tidak sesuai syariat muamalah Islam, seperti terdapat ketidakjelasan akad, tipu menipu, dan lain halnya.

Pemahaman yang semakin luas tentang agama membuat konsumen muslim semakin selektif dalam pemilihan produk yang dikonsumsi. Khusus di Indonesia, Konsumen Muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk menyeleksi produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen Muslim di Indonesia (Utomo, 2022). Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolok ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi, baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Inilah yang disebut sebagai bentuk upaya meningkatkan keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi (Muflih Muhammad, 2006: 13) Kegiatan konsumsi barang yang halal merupakan sikap kepatuhan kepada perintah Allah sehingga memperoleh pahala. Pahala inilah yang dirasakan sebagai berkah dari barang dan jasa yang dikonsumsi. Demikian pula sebaliknya, konsumen tidak akan mengonsumsi barang dan jasa yang haram karena itu adalah perbuatan dosa yang akan mendatangkan siksa dari Allah. Karena keberkahan yang diperoleh menjadi bernilai negatif (Karra Muslimin, 2000: 101) Semakin tinggi adanya pemahaman di benak konsumen tentang pentingnya Labelisasi halal pada suatu produk Makanan yang dikonsumsi oleh umat Islam maka semakin tinggi masyarakat memperhatikan labelisasi halal pada produk ketika berbelanja. Labelisasi halal merupakan pencantuman tulisan ataupun pernyataan halal pada kemasan produk untuk menampilkan kalau produk yang diartikan berstatus selaku produk halal (Paramita, Ali, & Dwikoco, 2022b).

Dalam penentuan pemberian label pada suatu produk label halal dan haram dapat memiliki kepentingan yang sama pentingnya tergantung pada perspektif dan kebutuhan masing-masing individu atau kelompok. Label halal seringkali lebih dibutuhkan oleh produsen makanan atau minuman yang ingin menarik konsumen Muslim, sementara label haram dapat menjadi penting bagi mereka yang ingin menghindari bahan-bahan yang dianggap tidak halal karena alasan agama atau kesehatan. Namun, secara umum, label halal dan haram memiliki peran penting dalam memastikan bahwa makanan dan minuman yang dikonsumsi oleh masyarakat memenuhi standar kehalalan dan kebersihan tertentu (Toyo, 2019).

Inovasi produk- produk saat ini yang menjadi komoditas pasar di masyarakat. Negara Indonesia dengan populasi umat Muslim terbesar di seluruh dunia merupakan suatu Negara dengan potensi pasar akan produk halal yang sangat menjanjikan. Di Negara Indonesia itu sendiri konsumen Muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk memeriksa dan menganalisis produk- produk yang akan digunakan oleh konsumen muslim di Indonesia seperti LPPOM (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika), BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dan BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) (FIRDA NUR AFIFAH, 2022).

Dengan pemberian label pada produk akan meningkatkan kuantitas dalam produksi barang. Karena kesadaran konsumen muslim akan pentingnya label halal khususnya ketika berada di daerah atau wilayah minoritas, yang mengalami kesulitan untuk mendapatkan atau memilah produk yang halal. Masalah halal dan haram bagi Islam adalah sesuatu yang penting dan telah menjadi bagian dari keimanan dan ketaqwaan, konsumen semakin menjadi kritis tidak hanya menuntut produk makanan yang higienis, terjamin kandungan gizinya namun Label halal dan Produk Makanan syari menjadi kunci dalam keputusan pembelian. keputusan pembelian yaitu merupakan sesi dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen betul- betul membeli. Dimana individu tersebut dapat menerapkan secara langsung peralatan yang ditawarkan. Konsumen dapat memutuskan pembelian dilihat dari yang paling baik menurutnya dibanding yang lain. (Kotler, P., & Keller, 2016) Keputusan Pembelian yaitu para konsumen bebas memilih sesuai yang ia butuhkan kapan, dimana dan bagaimana (Paramita, Ali, & Dwikoco, 2022a).

Pentingnya labelisasi terhadap perilaku pembelian dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk, menjadi poin penting pembahasan ini. Adanya gambar Label Halal yang tercetak di kemasan produk akan memberikan rasa aman dan nyaman saat mengkonsumsi produk tersebut, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk berlogo Halal tersebut (Mundir, 2023). Label halal dan haram digunakan untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang kesesuaian suatu produk atau makanan dengan aturan-aturan agama Islam. Label halal menunjukkan bahwa suatu produk atau makanan telah memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh syariat Islam dan dapat dikonsumsi oleh umat Muslim. Sementara label haram menunjukkan bahwa produk atau makanan tersebut tidak sesuai dengan aturan-aturan agama Islam dan tidak boleh dikonsumsi oleh umat Muslim. Pentingnya label halal dan haram adalah untuk

memastikan kehalalan suatu produk atau makanan bagi konsumen Muslim yang menjalankan ajaran Islam secara kaffah. Selain itu, label ini juga dapat memberikan jaminan keamanan dan kualitas produk bagi konsumen secara umum. Dengan jaminan yang diberikan dengan harapan daya minat konsumen untuk membeli produk tersebut semakin tinggi. Label halal berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli. Dengan terdapatnya pencantuman halal pada kemasan produk, maka secara langsung akan memberikan pengaruh untuk konsumen khususnya masyarakat muslim untuk menggunakan produk tersebut (S. Dewi & Miftah, 2023). Dalam hal ini labelisasi dapat mempengaruhi jumlah yang diproduksi dan yang berdistribusi.

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan keputusan bahwa umat membutuhkan label halal dalam suatu produk yang akan dibeli. Dengan labelisasi halal pada suatu kemasan produk akan menjamin kehalalan dan kepercayaan suatu produk tersebut. Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses seorang konsumen yang berawal dari mengenal masalah, mencari informasi tentang produk, dan mengevaluasi produk tersebut tentang seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian. Konsumen menjadi yakin terhadap apa yang akan dibelinya dan yang akan dikonsumsinya. Atas ini sangat penting pelabelan halal pada produk dengan menjalankan prosedur-prosedur yang telah ditetapkan dan senantiasa menjaga kualitas produk yang diproduksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arwani, W., Jaelani, A., Firdaus, S., & Hanim, T. F. (2022). *Halal-Thayyib , Food Products , And The Halal Indstry : A Thematic Analysis on the Verses of the Qur ' an. 14*, 99–117. <https://doi.org/10.24235/amwal.v14i1.10830>
- Dewi, P. K., Utomo, Y. T., Sasono, H., & Murtadlo, B. (2022). Analisis Brand Image Dan Kualitas Persepsian (Percivied Quality) Halalan Toyiban Terhadap Ekuitas Merek Produk Ayam Geprek Assalam Ngawi. *Youth Islamic Economic Journal*, 03(02), 37–44.
- Dewi, S., & Miftah. (2023). *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal dan Promosi Terhadap Harga dan Minat Beli Kosmetik di Kota Kendari*. 3(1), 38–51.
- Fardiansyah, M., & Utomo, Y. T. (2023). KONTRIBUSI EKONOMI ISLAM DALAM

- PEMBANGUNAN INDONESIA : PERSPEKTIF MADZHAB HAMFARA. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 1(2), 185–192. Retrieved from <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/jb/article/view/420>
- FIRDA NUR AFIFAH. (2022). *PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MAKANAN KEMASAN LOKAL*.
- Maulida, & Khairunnisa, F. (2023). POLA HIDUP SEHAT KONSUMEN PRODUK MAKANAN. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 1(1), 55–60.
- Mundir, A. (2023). *Penerapan Labelisasi Halal Dan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Madu*. 4(3).
- Musyafah, A. A. (2019). Perkembangan Perekonomian Islam Di Beberapa Negara Di Dunia. *Diponegoro Private Law Review*, 4(1), 419–427. Retrieved from <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr/article/view/5103>
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022a). Model Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen : Analisis Labelisasi Halal terhadap Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah di Bekasi). *Jurnal Ilmu Multidisplin (JIM)*, 1(3), 554–570.
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022b). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669.
- Setiawan, R. N. B. (2022). *Manjemen Pemasaran Pendekatan Konsep Bisnis dan Psikologi Bisnis*.
- Sugianto, et al. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Shinyoku Di CV. Sinar Abadi Pekanbaru. *Procuration: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 174–184.
- Toyo, M. (2019). Labelisasi Halal Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Makanan Sesuai Hukum Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 69–83. <https://doi.org/10.26618/j-hes.v3i1.2117>
- Utomo, Y. T. (2021). KRITIK TEORI KONSUMSI PERSPEKTIF TAQYUDDIN AN-NABHANY. *Forum Dosen Peduli Negeri*, pp. 1–6. Retrieved from <https://osf.io/preprints/ec8r2/>
- Utomo, Y. T. (2022). *Konsep Pasar Dalam Sistem Ekonomi Islam (Sebuah Praktik di Pasar Beringharjo Yogyakarta)*. UIN Sunan Kalijaga.
- Zarkasyi, H. F. (2013). Worldview Islam dan Kapitalisme Barat. *Tsaqafah*, 9(1), 15. <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v9i1.36>