

PELAJARAN DARI QS. AL-BAQARAH [2] AYAT 168: URGENSI LABELISASI HALAL TERHADAP PRODUK UMKM

¹Riski Trisnawati, ²Dewi Asmariah

Prodi Manajemen Bisnis Syariah, STEI Hamfara, Yogyakarta

¹Riskitrisna1808@gmail.com, ²dewiasmariah24@gmail.com

Riwayat Artikel		
Diterima: 5 Juni 2023	Disetujui: 6 Juni 2023	Dipublish: 3 Juli 2023

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pentingnya labelisasi halal pada produk yang digunakan atau di konsumsi masyarakat sehari hari. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kepustakaan atau literature. Sumber data yang digunakan dari al – quran, jurnal, artikel, berita dan bahan tertulis lainnya. Hasil penelitian menjelaskan urgensi labelisasi halal bagi produk UMKM dalam QS. Al-Baqarah [2] Ayat 168 berupa perintah bahwa kita hanya memakan makanan yang halal dan baik saja. Dua kesatuan yang tidak bisa dipisahkan, yang dapat diartikan halal dari segi syariah dan baik dari segi kesehatan, gizi, dan lainnya.

Kata Kunci: labelisasi produk, halal, kebutuhan masyarakat

ABSTRACT: *This study aims to determine the importance of halal labeling on products used or consumed by the community every day. This research uses qualitative methods with literature studies. Data sources are used from the Quran, journals, articles, news and other written materials. The results of the study explain the urgency of halal labeling for MSME products in QS. Al-Baqarah [2] Verse 168 is a command that we only eat food that is halal and good. Two inseparable entities, which can be interpreted as halal in terms of sharia and both in terms of health, nutrition, and others.*

Keywords: *product labeling, halal, community needs*

INTRODUCTION

Labelisasi atau sertifikasi produk halal belakangan ini tidak hanya menjadi kebutuhan dan tuntutan konsumen untuk mendapatkan jaminan atas kehalalan produk yang dikonsumsi (Rheza et al., 2022). Label halal juga menjadi sebuah trend dalam pemasaran (Wilson & Liu, 2010). Berbagai brand menggunakan halal sebagai penekanan dalam iklan yang mereka buat. Trend halal tidak lagi hanya sebatas pada produk makanan dan minuman, tetapi sudah masuk pada produk-produk lain seperti kosmetik, obat-obatan, bahan kimia dan bahkan produk elektronik.

Indonesia dengan penduduk muslim terbesar di dunia, tentunya akan menuntut dan memiliki kewaspadaan atas kehalalan produk yang akan dikonsumsi atau digunakan. Industri pasar halal mampu berkembang secara pesat karena aspek demografisnya. Hal tersebut mengharuskan pelaku usaha di Indonesia untuk mampu menyesuaikan diri dan memenuhi tuntutan konsumen (Rama, 2014). Mereka diharuskan untuk mampu memenuhi kebutuhan dan tuntutan konsumen akan produk halal. Bahkan permintaan akan produk halal tidak hanya terjadi di Negara dengan mayoritas muslim seperti Indonesia (Yunos et al., 2014). Canadian Agri-Food Service Report tahun 2008 mengemukakan adanya permintaan yang kuat untuk produk halal di sejumlah negara non muslim. Produk halal juga semakin populer di kalangan konsumen non muslim (Sari & Junaidi, 2020). Oleh karena itu sebagai masyarakat muslim mengharuskan kita selalu mempertimbangkan kehalalan suatu produk, sesuai dengan QS. Al-Baqarah [2] Ayat 168 sebagai salah satu acuan dalam pemenuhan kebutuhan sehari hari.

Artikel ini menjelaskan bahwa saat ini labelisasi halal suatu produk merupakan suatu hal yang sangat penting. Pelajaran dari QS. Al-Baqarah [2] Ayat 168 menjadi salah satu landasan yang mendasari hal tersebut, yaitu apabila membeli atau menggunakan suatu produk tertentu hendaknya hal pertama yang dilakukan yaitu dengan mencari tahu status halalnya terlebih dahulu. Pembahasan dalam artikel ini juga dikaitkan dengan hambatan pelaksanaan sertifikasi halal oleh pelaku UMKM di Indonesia, yaitu kesadaran hukum yang rendah, kurangnya advokasi pada pelaku UMKM, dan prosedur sertifikasi yang sangat birokratis sehingga terkesan lama.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kepustakaan atau literature. Sedangkan pendekatan yang digunakan dengan analisis deskriptif dengan informasi tentang masalah tersebut dalam studi. Peneliti menggunakan sumber bacaan seperti al-Quran, jurnal, artikel, berita dan bahan tertulis lainnya. Kemudian setelah pengambilan data berlangsung dari berbagai sumber yang disebutkan dapat di simpulkan dan dikembangkan dalam penelitian ini. Analisis Informasi diciptakan oleh penulis melalui teknik sistematik literature review dengan penginterpretasian yang berkaitan dengan labelisasi halal suatu produk.

RESULT AND DISCUSSIONS

Pelajaran dari QS. Al-Baqarah [2] Ayat 168:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: *Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.*

Utomo (2023) menjelaskan ayat tersebut bahwa ayat ini telah menyuruh kita hanya memakan makanan yang halal dan baik saja. Dua kesatuan yang tidak bisa dipisahkan, yang dapat diartikan halal dari segi syariah dan baik dari segi kesehatan, gizi, dan lainnya. Label halal yang terdapat pada kemasan produk, akan mempermudah konsumen untuk mengidentifikasi suatu produk. Berdasarkan perjalanan sejarah pemberlakuan halal di Indonesia LPPOM MUI adalah lembaga yang memelopori pemberian sertifikasi halal yang pertama dan masih dianggap satusatunya di Indonesia (Apriyanto, Anton dan Nurbowo, 2003: 36).

Produk-produk olahan, baik makanan, minuman, obat-obatan, maupun kosmetika, kiranya dapat dikategorikan kedalam kelompok musytabihat syubhat (mengandung unsur ketidakjelasan atau masih samar) (Kahf, 2022). Apalagi jika produk tersebut berasal dari negeri yang penduduknya mayoritas non-muslim, sekalipun bahan bakunya berupa barang suci dan halal. Sebab, tidak tertutup kemungkinan dalam proses pembuatannya tercampur atau

menggunakan bahan-bahan haram atau tidak suci (Billah, 2021). Dengan demikian, produk olahan tersebut bagi umat Islam jelas bukan merupakan persoalan sepele, tetapi merupakan persoalan besar dan serius. Agar para produsen lebih total dan serius dalam melayani tuntutan konsumen akan kebutuhan produk yang Islami dan halal, maka sangat dibutuhkan suatu informasi berkesinambungan dari umat Muslim. Masih banyak perusahaan besar yang mencantumkan label halal pada makanan haramnya (Husen Ahmad, 2006: 126)

Ada tiga hambatan besar terkait sertifikasi halal

1. Kesadaran hukum pelaku UMKM

Kesadaran hukum pelaku UMKM merupakan salah satu yang urgen dalam pensertifikasian produk (Utomo et al., 2022). Ketidaktahuan pelaku usaha mengenai cara penjaminan kehalalan produk yang dijual seperti pengendalian kualitas dari bahan baku hingga ke pengolahan, pemakaian bahan baku dari produk nabati, pemrosesan bahan yang sesuai syariat Islam, pengecekan proses dan produk di laboratorium dan dinas terkait, serta pemilihan supplier yang beragama Islam dan sudah dipercaya.

Menurut Erna Lubis, Sanina Up and Culinary Center, mayoritas sektor UMKM belum sepenuhnya menerapkan aspek kehalalan ataupun mensertifikasi produknya menjadi halal. Kesadaran yang masih rendah baik di tingkat konsumen maupun produsen. Kondisi tersebut berbeda jauh dengan Singapura. Umumnya pelaku usaha tidak mengurus sertifikasi halal lantaran prosesnya yang membutuhkan waktu lama dan juga biaya (Bayar, 2018).

Hasil penelitian dari Tuti Haryanti menyatakan bahwa rendahnya kesadaran hukum pelaku usaha dalam pendaftaran sertifikasi halal, disebabkan oleh:

- Pertama, pelaku usaha tidak mengetahui peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang sertifikasi halal
- Kedua, pelaku usaha tidak memahami urgensi sertifikasi halal baik untuk konsumen maupun keberlangsungan usahanya
- Ketiga, ketidaktahuan pelaku usaha terhadap lembaga yang berwenang untuk memeriksa kehalalan produk (makanan/minuman) dan menetapkan halal haram.
- Keempat, proses sertifikasi halal membutuhkan waktu dan biaya yang besar.

- Kelima, lemahnya pemahaman agama, Keenam, tidak ada sanksi yang tegas (pendaftaran bersifat sukarela). Ketujuh, Lemahnya pengawasan auditor eksternal dan internal.

2. Advokasi kepada pelaku UMKM

Persoalan biaya tidak dapat dilepaskan dari pensertifikasi halal bagi setiap produk, tidak banyak pelaku usaha yang melakukan sertifikasi halal dibandingkan bertambahnya produk baru pertahunnya (Fataron, 2022).

Alasan utama yang disampaikan para produsen rata-rata biaya yang mahal. Hasil penelitian dari Hana Khairunnisa dkk, bahwa sebagian besar kendala yang dihadapi oleh para pelaku usaha dalam mengajukan sertifikasi halal adalah biaya yang cukup mahal yaitu sebesar 37%.

Meskipun demikian, biaya sertifikasi halal untuk setiap UMKM berbeda, tergantung pada skala usaha, kompleksitas bahan baku yang digunakan serta aspek lainnya. Rata-rata biaya yang harus dikeluarkan untuk usaha mikro dan kecil sebesar 1.5 juta-3 juta rupiah, sedangkan untuk usaha menengah sebesar 3-4 juta rupiah.

3. Prosedur sertifikasi yang birokratis

Secara keseluruhan, proses Sertifikasi dan Labelisasi Halal melibatkan tiga lembaga, yaitu MUI, BPOM, dan Kementerian Agama. Namun ketiga pihak memiliki tugas yang berbeda-beda. Sebelumnya, MUI tidak memiliki kewenangan dalam memberikan label pada kemasan pangan, sebab kewenangan itu ada pada pemerintah. Pasca dialihkan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) ke Kementerian Agama (Kemenag) sejak 17 Oktober 2019 lalu (Jaelani, 2014). Sistem Jaminan Halal atau sertifikasi halal sejauh ini masih berjalan ditempat karena belum ada kolaborasi harmonis di sektor BPJPH, Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan MUI. BPJPH belum dapat mengeluarkan sertifikasi halal karena belum ada LPH yang mendapat fatwa dapat beroperasi dari MUI.

Pendaftaran produk dari pelaku usaha harus melalui BPJPH. Setelah pemeriksaan dokumen kelengkapan, berkas diserahkan ke LPH (Lembaga Pemeriksa Halal) untuk diperiksa atau uji laboratorium. Hasil pemeriksaan/pengujian yang sudah diverifikasi BPJPH, selanjutnya

diajukan ke MUI untuk mendapatkan penetapan kehalalan produk melalui sidang fatwa. Barulah jika dinyatakan halal oleh MUI, BPJPH mengeluarkan sertifikat halal.

Dilihat dari banyaknya persyaratan diatas dan tergolong cukup rumit juga pembiayaan yang cukup mahal dalam pengajuan labelisasi membuat beberapa pelaku usaha UMKM memilih jalan pintas dengan memalsukan label halal pada produknya, yang menyebabkan masyarakat kebingungan dalam hal memilih produk untuk kebutuhan sehari hari. Oleh karena itu masyarakat terutama yang beragama muslim harus lebih memperhatikan barang barang yang di gunakannya dengan melakukan pemeriksaan kehalalan produk, baik dari segi proses pembuatannya maupun bahan bahan yang digunakannya.

CONCLUSIONS

Kembali lagi ditegaskan bahwa labelisasi halal pada suatu produk, makanan/minuman atau bahkan kosmetik dan obat obatan sangat amat penting dan di butuhkan oleh masyarakat. Produk yang sudah dipastikan halal oleh MUI dan terdapat sertifikat halalnya sudah jelas sesuai dengan standar produk yang baik, dan bukan termasuk kategori produk syubhat atau ketidakjelasan. Apalagi sekarang kita hidup di zaman modern yang mana makanan dari berbagai daerah dapat masuk ke wilayah Indonesia yang mayoritas penduduknya muslim, maka harus benar benar di pastikan kehalalannya dari aspek bahan bahan maupun proses pembuatannya.

REFERENCES

- Bayar, S. (2018). Sejarah Perekonomian Indonesia Pada Masa Demokrasi Liberal Tahun 1956-1960. *Universitas Sanata Dharma*, 67.
- Billah, A. M. (2021). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Pameran Online untuk Meningkatkan Penjualan Ekspor Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada CV. Palem Craftd Jogja)*.
- Fataron, Z. A. (2022). Elaborasi Green Marketing dan Islamic Marketing Ethics (Studi Kasus

- UMKM di Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 80.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4250>
- Jaelani, A. (2014). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontribusi Sarjana Muslim dalam Pemikiran dan Analisis Ekonomi* (Issue April).
- Kahf, M. (2022). *Ayat dan Hadits tentang Ekonomi*. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). <https://www.syariahpedia.com/2019/12/ayat-dan-hadist-tentang-musyarakah.html>
- Rama, A. (2014). Potensi Pasar Halal Dunia. *Kolom Opini, Koran Fajar Makassar*, 2(2).
- Rheza, K., Adinegoro, R., Kepemimpinan, M., Pascasarjana, S., & Gadjah, U. (2022). *Relasi media sosial dan pasar dalam perubahan nilai publik mengenai pengaruh dakwah di media sosial terhadap pandangan gaya hidup halal*. 2(1), 1–7.
- Utomo, Y. T. (2023). *AL-QUR 'AN : EKONOMI , BISNIS , DAN ETIKA*. March.
- Utomo, Y. T., Susanti, L., & Sasono, H. (2022). Increasing The Class of UMKM in The Plut KUKKM DIY Business Incubation Program 2019. *MAGNA: Journal Economic, Management, and Business*, 1(July), 26–32.
- Toyo, Mulyani. "Labelisasi Halal Terhadap Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Makanan Sesuai Hukum Islam." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 3.1 (2019): 69-83
- Rido, Muhammad, and Abdul Hadi Sukmana. "Urgensi Sertifikasi Halal bagi Bisnis UMKM." *JOURNAL of APPLIED BUSINESS and BANKING (JABB)* 2.2 (2021).
<https://journal.ummat.ac.id/index.php/JABB/article/view/5644>
- Zainuddin (2021). "Urgensi Sertifikasi Halal Dalam Upaya Pemberdayaan Ekonomi Umat." MUI DIGITAL. <https://mui.or.id/home-1/>
- Lahaling, Hijrah, Kindom Makkulawuzar, and Singkeru Rukka. "Hakikat Labelisasi Halal terhadap Perlindungan Konsumen di Indonesia." *Hasanuddin Law Review* 1.2 (2015): 282-294.