

Penyematan Logo Halal Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (Eksplorasi Utilitas Fikih dalam Integrasinya dengan Ekonomi)

Dini Arifah Nihayati¹

¹ Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo; arifahdini366@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords:

*logo Halal;
BPJPH;
utilitas;
fikih;
integrasi*

Article history:

Received : 2023-01-05
Revised : 2023-03-29
Accepted : 2023-05-29

ABSTRACT

Kewajiban penyematan logo halal bagi aneka produk halal memberi impact yang cukup baik bagi perekonomian dengan peningkatan nilai jual suatu produk serta minat beli masyarakat terhadap produk tersebut. Hal ini lebih dominan menunjukkan sebuah keuntungan bagi perekonomian. Namun sejatinya terdapat peran fikih dalam diwajibkannya penyematan logo halal pada produk halal. Dari peran itu, masih menjadi pertanyaan tentang apa nilai manfaat atau utilitas seperti apa yang didapatkan oleh fikih dari peran yang ia lakukan saat berintegrasi dengan ekonomi demi tercapainya program penyematan logo halal. Sehingga Penelitian ini bertujuan menggali nilai manfaat dari penyematan logo halal bagi fikih setelah berintegrasi dengan ekonomi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Penulis menggunakan pendekatan studi fikih sebagai materi yang membahas mengenai peran-peran fikih dan tujuannya. penelitian ini merupakan penelitian pustaka. Data dianalisa secara induktif. Penelitian ini mencapai hasil bahwa diwajibkannya penyematan logo halal bagi produk halal membawa nilai manfaat atau utilitas bagi fikih sebagai partner integrasi dari ekonomi. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa utilitas fikih dalam integrasinya dengan ekonomi guna penyematan logo halal yaitu tercapainya tujuan fikih untuk menegakkan syariat terutama dalam masalah halal dan haram.

This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Dini Arifah Nihayati

Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo; arifahdini366@gmail.com

INTRODUCTION

Kementerian Agama melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) mulai mensosialisasikan sertifikasi halal dan logo halal baru untuk

menggantikan logo halal keluaran Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Undang-undang Nomor 33 tahun 2014 serta Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Nomor 40 Tahun 2022. Target sarannya tidak hanya terdiri dari produk makanan dan minuman tetapi juga terdiri dari obat, kosmetik hingga pakaian dan jasa. Target yang luas tersebut mengacu pada kecenderungan *lifestyle* modern untuk memperoleh sesuatu yang praktis mulai dari produk makanan, pakaian, kosmetik dan produk lainnya. Selain itu, bagi pelaku usaha, gaya hidup halal diyakini dapat meningkatkan rangsangan positif dalam bidang ekonomi (Sukardani, Setianingrum, Wibisono, 2018). Upaya sertifikasi halal dilakukan, mengingat saat ini banyak produk yang dikonsumsi oleh umat muslim semakin beragam dan telah dimodifikasi. Modifikasi dengan menambah campuran atau bahan penolong dikhawatirkan terkontaminasi bahan-bahan haram. Kemungkinan adanya kontaminan haram dalam aneka produk tersebut tidak banyak disadari oleh umat muslim di Indonesia. Karena secara fisik produk yang dijual atau disajikan kepada mereka tampak sebagai produk halal. Salah satu contohnya yaitu tren makanan korea. Banyak makanan korea masuk ke Indonesia bahkan telah familiar dan digemari oleh masyarakat. Meski banyak makanan dari negara lain juga masuk ke Indonesia, namun makanan korea paling sedikit mendapatkan sertifikasi halal (Zamharira dan Abdullah, 2022).

Tidak hanya makanan korea yang masuk ke Indonesia, proses produksi makanan di Indonesia sendiri, banyak menggunakan bahan baku atau bahan tambahan impor. Bahkan bahan impor tersebut berasal dari negara mayoritas nonmuslim sehingga besar kemungkinan produk tersebut syubhat atau belum jelas kehalalannya. Bahan tambahan seperti enzim, lemak hewani dan bahan baku berasal dari daging, gelatin, flavor dan sebagainya masih diragukan kehalalannya. Bisa saja bahan-bahan tersebut dibuat dari bahan-bahan haram seperti babi dan turunannya, alkohol, atau hewan halal yang disembelih tidak sesuai syariat Islam (Nursan, 2021).

Regulasi terbaru mengenai sertifikasi halal menjelaskan ketentuan bahwa pihak yang berwenang mengeluarkan logo halal kini bukan lagi MUI melainkan BPJPH. Sedangkan MUI hanya berwenang sebagai majelis sidang fatwa untuk menentukan kehalalan dan keharaman produk. Adanya kewajiban bagi berbagai produk untuk bersertifikat dan berlogo halal secara tidak langsung telah menunjukkan adanya integrasi antara fikih dan ekonomi. Sertifikat dan logo halal disamping memberi rasa aman dan nyaman juga digadag-gadag dapat menjadi nilai tambah bagi sebuah produk dan meningkatkan minat beli masyarakat. sampai pada titik ini, terlihat adanya keuntungan besar yang akan diraih oleh bidang Ekonomi. Namun fikih terkesan sebatas sebagai sarana penunjang saja. Maka penulis tertarik untuk meneliti logo halal kaitannya dengan utilitas fikih dalam integrasinya dengan ekonomi.

Beberapa penelitian terdahulu tentang logo halal yaitu: *Pertama*, penelitian dilakukan oleh Abdul Rachman, Maemunah Maemunah dan Mariyah Ulpah dengan judul *Desain Baru Logo Halal Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal; Antara Urgensi, Seni dan Esensi*. Penelitian tersebut berusaha menggali urgensi, seni dan esensi dari logo halal baru yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Dari penelitian tersebut, didapatkan kesimpulan bahwa perubahan logo halal sama sekali tidak meningkatkan kualitas layanan penjaminan produk halal di Indonesia. Sedangkan bentuk dari logo halal baru lebih mengutamakan seni dari pada tulisan halal asli menggunakan bahasa Arab. Dan esensi atau inti dari perubahan logo tersebut hanya sebagai tanda bahwa sebuah produk telah tersertifikasi halal oleh BPJPH sebagai Lembaga yang kini berwenang untuk mengeluarkan sertifikasi halal (Rachman, Maemunah, Ulpah, 2022). Penelitian tersebut terfokus pada urgensi, seni dan esensi dari logo halal BPJPH dan belum menganalisa mengenai adanya integrasi fikih dan ekonomi dalam penyematan logo halal tersebut. Riska Alinda dan Hendri Hermawan Adinugraha dalam penelitiannya berjudul *Pengaruh Logo Halal, Kesadaran Halal dan Sikap Konsumen Untuk Kembali Membeli Produk Makanan dan Minuman Kemasan* mengukur perilaku konsumen terhadap produk makanan dan minuman kemasan berlogo halal. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa logo halal mampu mempengaruhi secara signifikan terhadap minat beli maupun minat untuk membeli ulang (Alinda, Adinugraha, 2022). Meski meneliti tentang logo halal, penelitian tersebut cenderung mengukur pengaruh logo halal bagi minat pembelian produk dan belum menyentuh pada integrasi fikih dan ekonomi dalam logo halal.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Sucipto Sucipto, Nastiti Putri Ayu Kusumastuti, Fenti Nur Addina Islami dan Riska Septifani dengan judul *Pengaruh Keberadaan Logo Halal dan Kualitas Keripik Tempe Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Influence of Halal Logo Existence and Quality of Tempe Chips on Consumer Purchasing decision)*. Melalui penelitian tersebut, Sucipto Dkk mengukur pengaruh logo halal dan kualitas produk terhadap minat beli keripik tempe oleh konsumen. Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa logo halal dan kualitas produk memberikan pengaruh pada keputusan pembelian keripik tempe baik yang bersertifikat halal maupun tidak bersertifikat halal (Sucipto, Kusumastuti, Islami dan Septifani, 2021). Mohd. Norma Sampoerno, Maratun Sa'adah, Sean Popo Hardi dalam penelitiannya berjudul *Semiotycs Analisis Toward Indonesian Halal logo* membahas mengenai analisis semiotika terhadap logo halal Indonesia yang dikeluarkan oleh BPJPH Republic Indonesia. Adapun kesimpulan yang dihasilkan yaitu logo halal BPJPH merepresentasikan bentuk gunung dan motif surjan atau lurik gunung pada wayang kulit berbentuk limas mengarah ke atas (Sampoerno, Sa'adah, Hardi, 2022). Penelitian tersebut masih terfokus untuk mengkaji makna logo halal baru yang berlaku

secara nasional di Indonesia. Penelitian lain terkait logo halal dilakukan oleh Muhammad Abdul Ali Lubis dan Cahya Permata dengan judul *Analisis Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Integrasi Nomor 40 Tahun 2022 Terkait Ketiadaan Nama Lembaga Berwenang pada Label Halal Perspektif Najmudin Al-Thufi*. Penelitian tersebut mengkaji mengenai urgensi penyertaan nama Lembaga berwenang dalam penyematan logo halal sebagai upaya proteksi dari pemalsuan dan penyalahgunaan. Penelitian tersebut mencapai kesimpulan menggunakan logo halal perlu dilegkapi dengan mana lembaga terkait dan berwenang untuk menghindari *madharat* dan memberikan kemaslahatan bagi masyarakat (Lubis dan Permata, 2022).

Dari beberapa penelitian mengenai logo halal yang telah ada, belum ditemukan penelitian mengenai logo halal kaitannya dengan utilitas fikih dalam integrasinya dengan ekonomi guna penyematan logo tersebut.

METHODS

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif dengan pendekatan Studi Fikih. Penulis memilih studi fikih menjadi pendekatan karena studi fikih membahas mengenai fikih dan hubungannya dengan hukum Allah SWT (Syariat). Selain itu studi fikih juga menjelaskan pergerakan fikih dalam menghadapi perkembangan zaman. Dalam penelitian ini pergerakan tersebut terjadi dalam integrasi fikih dan ekonomi dalam program penyematan logo halal BPJPH. Melalui Studi fikih penulis dapat mengeksplorasi utilitas Fikih setelah berintegrasi dengan ekonomi terutama bagi keberlangsungan syariat. Penelitian ini merupakan penelitian pustaka. Adapun data dalam penelitian ini bersumber dari berbagai literatur. Data dianalisis menggunakan teknik Induktif. Penelitian ini tidak mencari kebenaran atau kesalahan sebuah fakta namun mengumpulkan berbagai fakta untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat difahami.

FINDINGS AND DISCUSSION

1. Regulasi Logo Halal BPJPH

Tidak hanya masalah perkawinan, zakat, wakaf, waris dan haji, Islam juga mengatur ketetapan mengenai halal dan haram. Ketentuan halal dan haram tersebut mencakup berbagai ranah, tidak terkecuali ranah ekonomi. Dimana dalam ranah ekonomi masalah halal haram erat kaitannya dengan segala sesuatu yang diproduksi dan diperjual belikan terutama pada konsumen muslim. Ketentuan mengenai Halal dan haram dalam ranah produksi dan konsumsi suatu barang / jasa memerintahkan agar memastikan manfaat produk serta menghindarkannya dari sesuatu yang membawa bahaya bagi konsumen. Dalam perspektif syariat Islam, suatu produk dapat diklasifikasikan kedalam produk halal apabila memenuhi beberapa syarat, yaitu: tidak mengandung babi, tidak berasal dari bahan haram baik berupa darah, kotoran/najis maupun organ

manusia, bahan hewani harus disembelih sesuai syariat, tidak terkontaminasi bahan haram dalam proses penyimpanan, produksi maupun distribusi serta tidak mengandung minuman keras (Sayekti, 2014).

Halal dan haram dalam Islam sudah menjadi bagian dari ketetapan Allah SWT yang tertuang didalam Al-Qur'an Maupun Sunnah. dengan demikian aturan Islam menghendaki kepastian kehalalan produk maupun jasa yang akan dikonsumsi dan memastikannya tergolong *thoyyib*. Bagi konsumen muslim, produk halal lagi *thoyyib* merupakan produk yang sesuai ketentuan syariat, sedangkan produk halal di kalangan konsumen nonmuslim senantiasa tampak sebagai produk yang mengedepankan kebersihan, kualitas dan keamanan yang ketat dibawah jaminan halal. Sehingga sebenarnya produk halal tidak hanya diperuntukkan bagi konsumen muslim saja melainkan juga dapat diterima oleh konsumen nonmuslim (Nurdin, Novia, Rahman dan Suhada, 2019).

Di era sekarang ini produsen harus bersaing ketat untuk meraup laba dari produk yang dijualnya. Mereka berlomba untuk kreatif dan inovatif dalam menciptakan dan mengemas produk agar menarik hati pembeli. Akibatnya, aneka produk terutama makanan dikemas dan disajikan dengan berbagai campuran, tambahan atau bahan pengemas yang belum jelas kehalalannya. Maka dari itu perlu diwujudkan perlindungan bagi konsumen terutama konsumen muslim melalui status jaminan kehalalan produk yang dapat diidentifikasi melalui logo halal (Bariroh, 2022).

Logo merupakan sebuah simbol yang biasa disematkan pada sebuah produk atau suatu barang sebagai tanda pengenalan, lambang atau identitas. Sedangkan logo halal merupakan logo yang menandakan kehalalan suatu produk untuk dikonsumsi maupun digunakan. Produk halal sendiri merupakan aneka barang dan jasa yang berkaitan dengan segala kebutuhan manusia baik berupa makanan, minuman, obat-obatan, kosmetika, produk kimia, produk biologi, produk rekayasa genetika maupun barang-barang gunaan yang dipakai oleh masyarakat dan telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam (Widayat, Sulardika, Al-Baarri, Nurjannah, 2020). produk-produk tersebut diwajibkan untuk menyematkan logo halal demi menjaga konsumen terutama konsumen muslim dari mengonsumsi dan menggunakan barang yang haram. Konsumen Muslim merupakan orang yang mengonsumsi suatu produk/jasa untuk kebutuhannya maupun kebutuhan lingkungannya sesuai dengan syariat Islam (Daru dan Anwar, 2019).

Indonesia, mengatur tentang logo halal tepatnya dalam Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Nomor 40 Tahun 2022 Tentang Penetapan logo halal sebagai pelaksanaan amanat Pasal 37 Undang-undang Nomor 33 tahun 2014. Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal disahkan oleh DPR tepatnya pada tanggal 25 September 2022. Sebelumnya Undang-Undang ini masih berupa Rancangan Undang-undang

(RUU) dan pengesahannya tertunda selama delapan tahun (Kawila, 2022). Adapun Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Nomor 40 Tahun 2022 berisi tentang ketentuan logo halal meliputi bentuk, nomor sertifikat dan cara penyematannya. Cukup berbeda dengan logo halal keluaran MUI, logo halal BPJPH tidak disertai penyematan nama lembaga berwenang yang menetapkan logo tersebut. Namun dalam logo halal BPJPH disematkan nomor identitas sertifikasi halal.

Logo halal menjadi kebutuhan urgen bagi para pelaku usaha semenjak berlakunya Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014. Sebagai pelaku usaha tentu saja perlu memberi perlindungan bagi konsumen dari produknya. Kesadaran produsen untuk berupaya menjamin kehalalan produk tidak hanya berhubungan dengan keyakinan beragama saja, namun juga berkaitan dengan kesehatan, ekonomi, keamanan dan kebutuhan ibadah (Warto dan Samsuri, 2020). Tepat pada pasal 4 undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 disebutkan kewajiban sertifikasi halal bagi produk barang/jasa yang akan beredar di pasaran. Sedangkan Pasal 37 Undang-undang tersebut menjelaskan bahwa pihak yang berwenang menetapkan bentuk label/logo halal yang berlaku nasional adalah Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Selain itu, Logo halal sebagai tanda kehalalan produk juga disebutkan dalam Pasal 1 Undang-undang ini. Sedangkan cara mendapatkan logo halal untuk sebuah produk terlebih dahulu pelaku usaha harus menempuh sertifikasi halal. Sertifikasi halal dapat dilakukan melalui program Sertifikat Halal Gratis (Sehati) yang dibagi dalam dua tahap. Tahap pertama tersedia 25000 kuota sertifikasi halal gratis. Sedangkan pada tahap dua tersedia 324.834 kuota sertifikasi halal. Pelaku usaha berkesempatan melakukan self declare sebagai dasar untuk mendapatkan sertifikat halal. Self declare bisa dilakukan oleh pelaku usaha Mikro dan kecil. Kesempatan melakukan self declare tersebut termuat dalam Peraturan Menteri Agama Nomor 20 Tahun 2021 (Pardiansyah, 2022). Sebagaimana disebutkan dalam pasal 9 Undang-undang Nomor 33 Tahun 2022, bahwa sertifikasi halal diperlukan sebagai pengakuan kehalalan oleh BPJPH. Kehalalan tersebut ditetapkan berdasarkan fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Selain menyelenggarakan amanat Pasal 37 Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Keputusan Kepala BPJPH Nomor 40 Tahun 2022 juga merupakan bentuk pelaksanaan amanat dari Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021. Dalam Pasal 88 ditetapkan bahwa logo halal berlaku secara nasional. Ini menguatkan bahwa logo halal BPJPH resmi berlaku nasional. Kemudian pada pasal 89 disebutkan kewajiban mencantumkan beberapa muatan dalam logo halal yaitu logo halal dan nomor sertifikat atau nomor registrasi. Selanjutnya dalam pasal 90 ditetapkan bahwa logo halal merupakan wujud penetapan dari BPJPH. Kemudian mengenai keaslian logo

halal dapat dibuktikan dengan dokumen sertifikat halal. Ketetapan tersebut tercantum dalam pasal 91 Ayat 4.

Kewajiban mencantumkan logo halal sebagai pelaksanaan jaminan produk halal bertujuan memberi perlindungan dan kepastian hukum bagi hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang halal. Tujuan ini dimuat dalam Pasal 3 Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014. Selain memberi kenyamanan serta kepastian sebagaimana disebutkan dalam poin a pasal tersebut, jaminan produk halal selanjutnya juga bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah dari produk yang akan dipasarkan. Penyematan logo halal dalam sebuah produk dapat mempengaruhi Niat pembelian (*Purchase Intension*). Changa dan Liub menyatakan bahwa *Purchase Intension* menggambarkan pertimbangan konsumen untuk memutuskan apakah ia akan membeli suatu produk atau tidak membelinya. *Purchase intension* merupakan suatu keinginan konsumen untuk melakukan tindakan nyata terhadap suatu produk/jasa. Keinginan tersebut turut dipengaruhi oleh faktor keyakinan atau kepercayaan. Dalam penelitian lainnya, dijelaskan bahwa tingkat kepercayaan ditentukan oleh kualitas informasi. Kemudian kepercayaan yang kuat terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku konsumen hingga mempengaruhi minat beli (Rudin dan Yuwono, 2022). Demikian pula diungkapkan oleh Jannah dan Kevin dalam penelitiannya mereka mengutip pendapat dari Wellsetall bahwa logo halal memang dapat mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap suatu barang atau jasa (Jannah dan Kevin, 2022). Logo halal memang diterapkan dalam kemasan produk agar mempermudah umat muslim untuk mengkonsumsi atau membeli barang tersebut. setiap produk berlogo halal tentu saja akan memberikan ketenangan, kenyamanan dan rasa aman ketika mengkonsumsinya atau menggunakannya.

2. Integrasi Fikih dan Ekonomi dalam Penyematan Logo Halal BPJPH

Fikih sebagai sebuah peraturan bagi umat Islam sebenarnya memiliki tujuan menerapkan hukum-hukum syariat Islam terhadap perbuatan manusia. Sehingga fikih bisa menjadi rujukan bagi hakim dalam memutus suatu perkara, menjadi rujukan bagi *mufti* untuk menetapkan sebuah fatwa dan menjadi rujukan bagi *mukallaf* untuk mengetahui hukum dari perbuatannya (Stiawan dan Septiana, 2019). Dalam implementasinya, fikih membatasi mukallaf dari segala perbuatan, perkataan maupun sesuatu yang diwajibkan dan diharamkan baginya. Selain memuat hukum wajib, mandub, makruh dan mubah, fikih juga memuat ketentuan halal dan haram. Dengan diterapkannya hukum-hukum tersebut pada perbuatan *mukallaf* sudah barang tentu syariat yang terkandung dalam fikih mampu terimplikasikan, tetap hidup dan berlaku. Dengan kata lain eksistensi syariat sangat dipengaruhi oleh eksistensi fikih itu sendiri. Dalam upayanya untuk tetap eksis, terkadang fikih perlu berintegrasi dengan berbagai aspek kehidupan dan berbagai bidang keilmuan. Salah satu contoh dari integrasi

tersebut adalah integrasi fikih dan ekonomi yang tertuang dalam kewajiban sertifikasi halal dan penyematan logo halal bagi produk yang beredar dan diperdagangkan di Indonesia.

Istilah integrasi erat kaitannya dengan bidang sosial. sebab integrasi biasa dimaknai sebagai proses pembaruan dalam interaksi sosial. pembaruan yang dimaksud yaitu terciptanya sebuah kesatuan dari berbagai perbedaan melalui pemupukan integritas. Integrasi adalah konsep yang diterapkan dalam banyak bidang, yaitu sosial, budaya, politik hingga ekonomi. Dalam interaksi sosial, Integrasi dimaknai sebagai keterkaitan individu dengan masyarakat yang luas dan diklasifikasikan berdasarkan pekerjaan, organisasi atau komunitas. Dengan demikian integrasi dapat dimaknai sebagai sebuah hubungan dari berbagai perbedaan untuk disatukan dan secara bersama-sama mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Azhari, Mashuri dan Al-Habsyi, 2022). Integrasi Antara fikih dan ekonomi kemudian difahami sebagai hubungan yang terjadi antara fikih dengan ekonomi untuk bersatu dan mencapai tujuan bersama. dalam masalah logo halal, maka integrasi fikih dan ekonomi dipahami sebagai upaya penyatuan peraturan hukum Islam dan strategi perekonomian dalam rangka bersama-sama menjaga eksistensi dan perkembangan keduanya melalui penyematan logo halal pada produk yang akan di pasarkan.

Integrasi fikih dan ekonomi tersebut tertuang dalam sebuah peraturan perundang undangan. Undang-undang tersebut selanjutnya disebut dengan Undang-undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Di satu sisi peraturan tersebut menjaga eksistensi fikih dengan mengupayakan kehalalan produk bagi umat Islam khususnya dan seluruh masyarakat tanpa terkecuali. Dan di sisi yang lain, integrasi tersebut mampu mendorong perkembangan ekonomi dengan peningkatan kepercayaan konsumen untuk membeli suatu produk atau menggunakan suatu jasa. Kepercayaan konsumen kemudian dapat meningkatkan nilai jual suatu produk. Peningkatan nilai jual produk dengan penyematan logo halal dapat dikatakan sebagai integrasi fikih dan ekonomi yang membawa dampak baik bagimasing-masing bidang. Siapapun konsumen tentu menginginkan produk yang dikonsumsinya terhindar dari bahaya. Terutama konsumen muslim, mereka perlu memastikan apa saja yang mereka konsumsi terhindar dari kontaminan baik najis maupun bahan-bahan haram.

Bagi negara dengan mayoritas muslim seperti Indonesia, penyematan logo halal sesuai regulasi yang berlaku pada produk halal dirasa sangat perlu dan urgen. Terlebih lagi saat ini banyak produk impor dari luar negeri mulai diminati dan digemari oleh masyarakat Indonesia. Berangkat dari alasan tersebut, integrasi antara fikih dan ekonomi dalam upaya menyediakan produk yang aman, terjamin halal serta menguntungkan bagi konsumen maupun produsen sangat perlu dilakukan dan juga dikuatkan dengan perundang undangan. Namun yang menjadi pertanyaan adalah tidak semua warga negara Indonesia

beragama Islam, bagaimana bisa hukum Islam mengenai halal dan haram diberlakukan secara nasional.

Sebagai negara Pancasila, secara kelembagaan Indonesia menganut paham sekuler dan secara filosofis mengakui keberadaan agama dalam kehidupan masyarakatnya. Indonesia melindungi kehidupan semua agama dan pemeluknya. Indonesia tidak hanya menerapkan hukum positif namun juga memberi ruang bagi peraturan-peraturan agama untuk turut di positivisasi. Positivisasi pada hukum Islam mengakibatkan hukum Islam yang semula diatur secara politik menjadi bagian dari hukum yang berlaku secara Nasional di Indonesia (Arianto dan Ahid, 2022). Adanya positivisasi hukum Islam telah mencetuskan banyak sekali peraturan agama yang diundangkan. salah satu peraturan agama yang telah diundangkan adalah Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Adanya kewajiban bersertifikat halal bagi produk yang diperdagangkan di Indonesia sebagaimana termuat dalam undang-undang tersebut menandakan adanya sebuah integrasi yang terjadi antara fikih dan perekonomian.

3. Utilitas bagi Fikih Dan Ekonomi Dalam Integrasinya Menyematkan Logo Halal BPJPH pada Aneka Produk Halal

Sebelum mengupas mengenai Utilitas fikih dalam penyematan Logo halal BPJPH, terlebih dahulu penulis ingin mengungkap Utilias Ekonomi dalam Penyematan Logo tersebut. Namun penulis ingin mengawalinya dengan mengupas pengertian Utilitas. Utilitas terjadi manakala konsumen mengeluarkan uangnya untuk memperoleh kepuasan dengan jalan mengkonsumsi suatu produk. Dalam dunia ekonomi, utilitas memiliki arti manfaat suatu produk yang dirasakan oleh seorang konsumen dalam mengkonsumsinya. Utilitas bisa dipengaruhi oleh faktor yang beragam. Tidak hanya fungsi dari suatu produk, utilitas juga dipengaruhi oleh faktor lain yang melekat pada suatu produk, yaitu: nilai guna, frekuensi konsumsi, tempat, selera, tingkat keinginan konsumen, dan tingkat pengorbanan konsumen. Pada akhirnya utilitas akan mempengaruhi keputusan pembelian seseorang terhadap suatu produk (Rahmawati dan Thamrin, 2021). Dengan demikian Utilitas dapat dimaknai sebagai suatu nilai manfaat. Kemudian penulis mendefinisikan utilitas fikih dan ekonomi dalam penyematan logo halal BPJPH merupakan nilai manfaat yang diperoleh oleh fikih maupun ekonomi dari penyematan logo halal BPJPH dalam aneka produk.

Penyematan logo halal BPJPH dalam suatu produk tentu juga mempengaruhi utilitas produk tersebut dan meningkatkan nilai jualnya. Utilitas ini nantinya akan membawa pengaruh kuat untuk menggiring keputusan pembelian masyarakat muslim di Indonesia. Keputusan pembelian biasanya didasarkan pada beberapa indicator seperti pemilihan merk, waktu pembelian,

tempat pembelian dan metode pembayaran (Rizky dan Slamet, 2022). Konsumen muslim tentu akan memilih merk ataupun tempat pembelian yang bersertifikat dan berlogo halal dari pada merk atau tempat yang tidak bersertifikat halal tidak berlogo halal. Danupranata dalam Burhanuddin dan Riyanto menjelaskan bahwa umat beragama akan rela merogoh saku lebih dalam demi mendapatkan integrasi karena memahami dan meyakini manfaat dari produk tersebut sesuai doktrin agamanya (Burhanuddin dan Riyanto, 2022). Dari sinilah perekonomian mendapat manfaat atau *utility* (utilitas) dengan adanya penyematan logo halal BPJPH dalam aneka produk dan tempat penyedia jasa. Konsumen jadi merasa lebih aman dan nyaman untuk mengkonsumsi aneka produk tersebut. sampai disini dapat dipahami bahwa utilitas ekonomi dari penyematan logo halal BPJPH yaitu peningkatan nilai jual suatu produk yang dibarengi dengan peningkatan minat beli masyarakat terhadap produk tersebut.

Kemudian sebagai tangan kanan Syariat, fikih membawa misi dan tujuannya untuk menerapkan syariat bagi mukallaf dalam setiap perbuatannya. Syariat merupakan tata Aturan yang disyariatkan oleh Allah SWT kepada hambanya. Menurut Manna Al-Qaththan, Tata aturan itu kemudian dapat pula di perjelas atau diperinci sebagai segala sesuatu yang menyangkut akidah ibadah, ahlak maupun muamalah (Rohidin, 2017). Maka termasuk dalam salah satu tugas fikih untuk mewujudkan tujuannya yaitu memberi batasan tentang halal dan haram. Fikih sebagai partner integrasi ekonomi dalam penyematan logo halal BPJPH turut meraih utilitas. Utilitas fikih dalam integrasi tersebut berupa tercapainya tujuan fikih secara khusus dan secara umum. Sejatinya fikih hendak menghidupkan dan mempertahankan syariat tentang halal dan haram di era derasnya modifikasi aneka komoditi, kreasi jasa dan impor makanan serta barang yang belum jelas kehalalannya. Secara khusus integrasi fikih dan ekonomi tersebut mengandung sebuah upaya untuk mempertahankan keberlangsungan syariat tentang halal dan haram. Dan secara umum integrasi keduanya telah memberi batasan sekaligus memberi mashlahat bagi konsumen muslim maupun perekonomian. Dampak penting dari utilitas fikih atas integrasi tersebut yaitu tercapainya peningkatan kesadaran dan kewaspadaan konsumen muslim untuk mengkonsumsi aneka produk dan jasa halal dalam rangka mematuhi aturan Syariat yang berlaku. Dengan demikian, utilitas fikih dalam integrasinya dengan ekonomi melalui penyematan logo halal BPJPH bukan hanya dirasakan oleh fikih, namun secara tidak langsung juga dirasakan oleh Syariat sebagai sumber fikih dan konsumen muslim sebagai objek fikih.

CONCLUSION

Peneykatan Logo halal dengan pengintegrasian fikih dan ekonomi dalam rangka penyematan logo halal telah menciptakan nilai manfaat atau disebut dengan utility. Baik bagi fikih maupun bagi ekonomi. Fikih sendiri, ia lebih

banyak berperan baik bagi ekonomi ataupun bagi dirinya sendiri. bagi ekonomi ia menyediakan peluang untuk pengembangan potensi penjualan. Sedangkan bagi dirinya sendiri ia telah berhasil mencapai tujuannya setelah melakukan integrasi dengan bidang ekonomi. Fikih dalam masalah ini telah berhasil melaksanakan sebuah upaya untuk menghidupkan, menegakkan dan mempertahankan syariat bagi mukallaf tepatnya mengenai perilaku konsumen muslim untuk mengkonsumsi aneka produk halal di era gempuran produk *syubhat* (belum jelas halal maupun haramnya). Sedangkan Utilitas ekonomi dalam masalah ini adalah peningkatan kepercayaan dan kenyamanan konsumen melalui penyematan logo halal pada aneka produk halal. Dimana kepercayaan dan kenyamanan tersebut dapat meningkatkan nilai jual suatu produk serta meningkatkan minat beli masyarakat.

REFERENCES

- Alinda R., dan Adinugraha, H., H. (2022). Pengaruh Logo Halal, Kesadaran Halal dan Sikap Konsumen Untuk Kembali Membeli Produk Makanan dan Minuman Kemasan. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi dan bisnis Islam*, 2 (2), 153-168.
- Arianto dan Ahid, H., N. (2022). Penelitian dan Pengembangan (Studi Positivisasi Hukum Islam di Indonesia), *Inovatif*, 8 (1), 93-115.
- Azhari, M., R., Mashuri S. dan Al-habsyi F. (2022). Integrasi Pendidikan Agama Islam dalam Pemanfaatan Teknologi di Era Society 5.0, *Prosiding kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society 5.0 (KIIIES 5.0) Pascasarjana Universitas Negeri Datokarama Palu*, 1, 212-217.
- Bariroh M. (2022), Positivisasi Nilai Syariah Dalam Regulasi Jaminan Integrasi di Indonesia, *Ahkam*, 10(1), 38-39.
- Burhanuddin, Rianto, S. (2022). Perilaku Konsumen Muslim Indonesia Terhadap Perkembangan Produk Makanan dan Minuman Halal, *PKWU*, 10(2), 645-654.
- Daru, N., W., dan Anwar, M., C. (2019). Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Produk MS Glow yang Bersertifikat Halal di Surabaya, *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 1-10.
- Jannah L., N., dan Kevin. (2022). Analisa Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Berlabel Halal di Kota Batam, *JGBMR: Journal of Global Bussiness and management Review*, 4(1), 101-108.
- Kawila A. (2022). Peraturan Pemberlakuan Sertifikasi Halal Terhadap Produk Asing yang Masuk ke Suatu Negara Menurut Hukum Internasional (Analisis Produk Kosmetik Impor Korea Selatan), *JIMHUM*, 2(1), 3.
- Lubis, M., A., A., dan Permata, C. (2022). Analisis Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Integrasi Nomor 40 Tahun 2022 Terkait Ketiadaan Nama Lembaga Berwenang pada Label Halal Perspektif Najmudin Al-Thufi, *Al-Mashlahah: Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*, 10 (2), 423-436.
- Nurdin, N., Novia N., Rahman A., dan Suhada, R. (2019). Potensi Industri Produk Makanan Halal di Kota Palu, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1 (1), 1-12.
- Nursan, M. (2021). Manajemen Industri Produk Halal Dalam Perspektif Ekosistem Halal, (Makassar: Desanta Muliavisitama), 49.
- Pardiansyah, E., Abduh M. dan Najmudin. (2022). Sosialisasi dan Pendampingan Sertifikasi Halal Gratis (Sehati) dengan Skema Self-Declare bagi Pelaku Usaha

- Mikro di Desa Domas, *Jurnal Pengabdian dan Pengembangan Masyarakat Indonesia*, 2 (2), 101-110.
- Rachman, A., Maemunah M., dan Ulpah, M. (2022). Desain Baru Logo Halal Badan Penyelenggara Jaminan Integrasi; Antara Urgensi, Seni dan Esensi. *El-Buhuth*, 4 (2), 245-262.
- Rahmawati dan Thamrin, H. (2021). Relevansi Utility dan Mashlahah dalam Mikro Ekonomi Syariah, *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 4(2), 1-9.
- Rizky M., dan Slamet, G. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Label Halal Terhadap Pembelian Konsumen pada Kosmetik Wardah di Kartasura, *Smooting*, 20(2), 137-144.
- Rohidin. (2017). Pengantar Hukum Islam, Yogyakarta: Lintang Rasi Aksara Books, 5.
- Rusdin dan Yuwono, W. (2022). Analisis Pengaruh E-Wom, Attitude, Information Quality Terhadap Purchase Intention dan Trust Sebagai Variabel Intervening di Kota Batam yang Menggunakan E-commers, *JIMEA*, 6(1), 487-495.
- Sampoerno, M., N., Sa'adah M., Hardi, S., P. (2022). Semiotics Analisis Toward Indonesian Halal logo, *Ijma*, 2(2), 11-17.
- Sayekti, N., W. (2014). Jaminan Produk Halal dalam Perspektif kelembagaan, *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI.
- Stiawan F., dan Septiana A. (2019). *Buku Ajar Studi Fikih*, (Pamekasan: Duta Media), 11.
- Sucipto S., Kusumastuti, N., P., A., Islami F., N., A., dan Septifani, R. (2021). Pengaruh Keberadaan Logo Halal dan Kualitas Keripik Tempe Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Influence of Halal Logo Existence and Quality of Tempe Chips on Consumer Purchasing decision). *Jurnal Teknologi & Industri Hasil Pertanian*, 26(1), 11-24.
- Sukardani, P., S., Setianingrum V., M. dan Wibisono, A., B. (2018). Halal Lifestyle: Current Trends in Indonesian Market, *Atlantis Press*, Volume 226, 334.
- Warto dan Samsuri. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia, *Al Maal: Journal of Islamic Economics And Banking*, 2(1), 98-112.
- Widayat, Sulardjaka, Al-Baarri, A., N., Nurjannah, R. (2020). Pendampingan Sertifikasi Halal Pada UMKM Hanum Food (Halal Certification Support In UMKM Hanum Food), *Indonesian Journal of Halal*, 3(1), 84.
- Zamharira, C., dan Abdullah, M. A., Trend Makanan Korea di Banda Aceh; Penyelenggaraan Jaminan Integrasi oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM) Majelis Permusyawaratan Ulama Aceh, *Jurnal Geuthe*, 101-108.