

ANALISIS SPASIALISASI SERTIFIKAT HALAL PADA SIKAT GIGI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI POLITIK KOMUNIKASI

Hermansyah, Syahrul Arifin, Siti Zahra, Aminah Swarnawati
Magister Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Muhammadiyah Jakarta

ABSTRACT

The Indonesian Ulama Council (MUI) through the MUI Halal Product Assurance Agency (LPPOM MUI) and the Fatwa Commission has made every effort to provide halal food guarantees for Muslim consumers through halal certification instruments. This is a written MUI fatwa that declares the halal status of a product according to Islamic law. This research method uses a descriptive qualitative approach. This research uses data collection techniques conducted through interviews and observations. The purpose of this research is to determine the role of halal certificates found in toothbrush products. The results of the research show an assumption among the public that there is a mixture of sea urchin bristles in toothbrush products. The hope for the future in the business world with the inclusion of halal labels is the creation of ethical business behavior that is concerned with social and spiritual values in addition to profit values. As a bearer of social values, halal labels must be able to provide protection for consumers in meeting food needs, comfort in consumption, taste, safety both physically and spiritually, and legal protection (halal guarantee), so that the public has more trust.

Keywords: *Specialization of Halal Certification, Toothbrushes, Political Economy of Communication*

PENDAHULUAN

Ditemukan berbagai asumsi dimasyarakat bahwa beberapa produk seperti sikat gigi, bahwa produk-produk tersebut yang kemungkinan berasal dari bulu babi. Adanya isu bulu babi yang ada pada produk sikat gigi tersebut tentu saja berdampak pada stabilitas ekonomi secara nasional yang nyaris lumpuh. Atas dasar keprihatinan tersebut pada tahun 1989, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengadakan pertemuan untuk mencari solusi masalah tersebut. Pada waktu itu MUI memutuskan untuk terjun langsung menangani masalah tersebut karena dikhawatirkan akan terjadi isu yang lebih besar. Melalui salah satu firman Allah Subhanahu wa Ta'ala :

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ
مَكْنُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ
بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُجِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ

وَيَحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ
وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ ۗ فَالَّذِينَ آمَنُوا بِهِ
وَعَزَّزُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ ۗ
أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“(Yaitu) orang-orang yang mengikut Rasul, Nabi yang ummi yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'rif dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (Al Quran), mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (Q. S. Al- 'Araf (7): 157).

Indonesia merupakan negara yang dihuni oleh masyarakat mayoritas muslim yang menjadi keniscayaan agar memakai dan mengonsumsi

produk dan makanan yang terjamin kehalalan yang hakiki bukan sekedar formalitas. Ditemukan berbagai asumsi di tengah masyarakat bahwa beberapa produk seperti sikat gigi yang kemungkinan berasal dari bulu babi. Adanya isu bulu babi yang ada pada produk sikat gigi tersebut tentu saja berdampak pada stabilitas ekonomi secara nasional yang nyaris lumpuh. Atas dasar keprihatinan tersebut pada tahun 1989, Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai sebuah lembaga yang berwenang menerbitkan fatwa halal tentang berbagai produk yang disangsikan kehalalannya mencari solusi dari masalah tersebut. MUI bergerak cepat melakukan investigasi dengan menerjunkan para ahli untuk meneliti proses pembuatan dan bahan dasar yang digunakan untuk produk dimaksud.

Akhirnya membentuk Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika (LP POM), pada tanggal 6 Januari 1989 untuk menindaklanjuti segala permasalahan yang terkait produk halal sebagaimana yang tertuang dalam. Q. S. Al-'Araf (7): 157 seperti tersebut di atas. Tugas yang dibebankan oleh MUI kepada LP POM ini antara lain untuk mengadakan investigasi, klasifikasi dan pengkajian terhadap makanan, obat-obatan dan kosmetika yang beredar di pasaran, mengkaji dan menyusun konsep yang berkaitan dengan regulasi berkenaan dengan penyelenggaraan rumah makan (restoran), perhotelan, hidangan dalam pelayaran atau penerbangan berbagai jenis bahan bagi pengolahan pangan, obat-obatan dan kosmetika serta beberapa produk lainnya yang dipergunakan

oleh masyarakat sebagai kebutuhan harian, khususnya umat Islam.

LP POM MUI sebagai lembaga yang bertugas untuk meneliti, mengkaji, menganalisis, dan memutuskan produk-produk baik pangan dan turunannya, obat-obatan dan kosmetika apakah aman baik dari sisi kesehatan dan sisi Syari'at Islam (yakni halal dan baik untuk dikonsumsi bagi umat Islam) khususnya di wilayah Indonesia, memberikan rekomendasi, merumuskan ketentuan dan bimbingan kepada masyarakat. LP POM MUI didirikan atas Keputusan Majelis Ulama Indonesia Nomor: 018/MUI/1989 tanggal 6 Januari 1989 M/26 Jumadil Awal 1409 H. Kedudukan LP POM MUI adalah sebagai lembaga semi otonom yang memiliki tugas khusus di bidang keselamatan pangan umat Islam dari zat-zat adiktif.

Secara struktural, kedudukan LP POM MUI dapat dibentuk mulai dari MUI Pusat hingga MUI Daerah. Salah satu kendala yang ditemukan dalam proses terwujudnya sertifikasi halal adalah membutuhkan para ahli dan dukungan sarana laboratorium guna melakukan proses hukum, maka untuk sementara kedudukan LP POM MUI hanya berada di MUI pusat maupun provinsi. Penetapan fatwa tentang kehalalan produk makanan, obat-obatan dan kosmetika dilakukan oleh Komisi Fatwa setelah dilakukan audit oleh LP POM MUI serta melaporkan kepada Komisi Fatwa tersebut. Laporan dari LP POM MUI kemudian dibawa ke sidang Komisi Fatwa. Komisi Fatwa selanjutnya menetapkan halal atau tidaknya produk tersebut berdasarkan berita acara penelitian yang

disampaikan LP POM MUI. Setelah itu dilalui, barulah kemudian dikeluarkan sertifikasi halal kepada produk tersebut. Visi LP POM MUI adalah membudayakan umat Islam untuk mengkonsumsi produk halal dan mengajarkan kepada seluruh pelaku usaha untuk memproduksi produk halal.

Jika para produsen mengkhususkan diri berfokus pada menjadi ahli dalam suatu industri atau untuk suatu produk maka MUI sebagai pengawas produk yang dihasilkan secara khusus produk yang boleh dipakai yakni sikat gigi dan produk lain yang dikonsumsi oleh kelompok masyarakat mayoritas muslim di negeri ini. Berdasarkan deskripsi yang termasuk dalam pendahuluan di atas maka diperlukan sebuah kajian khusus tentang analisis spesialisasi sertifikat halal pada sikat gigi dalam perspektif ekonomi politik komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran sertifikat halal yang terdapat dalam produk sikat gigi tersebut.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan, yaitu terkait Sertifikasi halal dan sertifikasi non halal pada produk pangan industri (Asep Syarifuddin Hidayat & Mustolih Siradj, 2015). Dalam penelitian tersebut, diungkapkan bahwa Sertifikasi halal pada produk pangan sesungguhnya memiliki fungsi dan peran yang sangat menentukan bukan saja dari sisi konsumen (masyarakat) tetapi juga dari perspektif pelaku usaha. Konsumen membutuhkan produk pangan aman dikonsumsi, bebas penyakit, bergizi dan sehat serta mendatangkan ketentraman secara batin yang tidak tercampur dengan bahan-bahan non halal. Dari sisi

pelaku usaha mereka membutuhkan konsumen yang loyal sebagai target pemasaran produk yang mereka hasilkan. Terlebih pada saat ini pangan halal bukan saja dibutuhkan bagi masyarakat muslim, tetapi sudah menjadi keperluan mendesak bagi masyarakat non muslim. Hal ini dibuktikan secara faktual dengan maraknya tren halal yang tengah menggejala di negaranegara yang justru berpenduduk mayoritas non muslim. Fenomena ini dapat dimaklumi karena secara science pangan yang dinyatakan halal sudah barang tentu aman dan menyehatkan, kesadaran masyarakat dunia akan pentingnya pangan halal juga mulai meningkat. Hal ini tentu menggembirakan dan harus didukung dengan iklim usaha yang kondusif dengan mendorong terbitnya regulasi dan kebijakan yang berpihak kepada konsumen dan pelaku usaha sehingga ada jaminan kepastian hukum.

Penelitian ini dilakukan di Kantor Majelis Ulama Indonesia. pada akhirnya MUI membentuk Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika (LP POM), pada tanggal 6 Januari 1989 untuk menindaklanjuti segala permasalahan yang terkait produk halal sebagaimana yang tertuang dalam . Q. S. Al-'Araf (7) : 157 seperti tersebut di atas. LP POM MUI didirikan atas Keputusan Majelis Ulama Indonesia Nomor: 018/MUI/1989 tanggal 6 Januari 1989 M/26 Jumadil Awal 1409 H. Tugas yang dibebankan oleh MUI kepada LP POM ini antara lain untuk mengadakan investigasi, klasifikasi dan pengkajian terhadap makanan, obat-obatan dan kosmetika yang beredar di pasaran, mengkaji dan menyusun konsep yang berkaitan

dengan regulasi berkenaan dengan penyelenggaraan rumah makan (restoran), perhotelan, hidangan dalam pelayaran atau penerbangan berbagai jenis bahan bagi pengolahan pangan, obat-obatan dan kosmetika serta beberapa produk lainnya yang dipergunakan oleh masyarakat sebagai kebutuhan harian, khususnya umat Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Creswell berpendapat bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan dan menginterpretasikan objek apa adanya (Sudaryono, 2019:88). Metode penelitian menggunakan fenomenologi yaitu: metode penelitian yang dilakukan dengan cara intensif, rinci serta mendalam tentang suatu kasus, gejala sosial maupun unit sosial tertentu yang spesifik. Kasus diartikan sebagai suatu konsep, kegiatan, waktu, benda (hasil karya), peraturan, kelas sosial, organisasi, negara, wilayah atau objek lain yang spesifik (Sudaryono, 2017: 94). Studi deskriptif kualitatif dilakukan di kantor Majelis Ulama Indonesia (MUI), pada Bulan Mei 2022. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Pengumpulan data primer didapat dengan melakukan wawancara semi berstruktur dan observasi. Sedangkan pemilihan informan dilakukan dengan teknik *snowball sampling* adalah teknik pengambilan informan sebagai sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit kemudian

menjadi banyak. Dalam hal ini, pertimbangannya adalah seseorang yang paling mengetahui tentang informasi yang ingin didapatkan peneliti dan merupakan pimpinan di Asdep tersebut. Selanjutnya, untuk mendapatkan data atau informasi yang lebih lengkap dan memuaskan terkait tujuan penelitian, maka peneliti juga menambah informan lain, yaitu beberapa staf di unit ini.

LP POM MUI didirikan atas Keputusan Majelis Ulama Indonesia Nomor: 018/MUI/1989 tanggal 6 Januari 1989 M/26 Jumadil Awal 1409 H. Kedudukan LP POM MUI adalah sebagai lembaga semi otonom yang memiliki tugas khusus di bidang keselamatan pangan umat Islam dari zat-zat adiktif. Secara struktural, kedudukan LP POM MUI dapat dibentuk mulai dari MUI Pusat hingga MUI Daerah. Salah satu kendala yang ditemukan dalam proses terwujudnya sertifikasi halal adalah membutuhkan para ahli dan dukungan sarana laboratorium guna melakukan proses hukum, maka untuk sementara kedudukan LP POM MUI hanya berada di MUI pusat maupun provinsi.

Menurut Haryoko dan kolega (2016: 106), setidaknya terdapat dua persyaratan yang harus terpenuhi dalam menetapkan jumlah informan yaitu kecukupan dan kesesuaian. Wawancara dilakukan Informan yang terdiri dari satu informan kunci, yaitu pimpinan dan tiga informan yang merupakan staf atau pegawai di MUI tersebut, terdiri dari perwakilan fungsional Mudya, Muda, dan staf analis untuk melihat pandangan dari beberapa level staf. Pengumpulan data sekunder

berasal dari berbagai sumber diantaranya jurnal, buku, dan sumber lain yang mendukung penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Spasialisasi Sertifikat Halal

Agama merupakan suatu sistem atau prinsip kepercayaan kepada Tuhan atau dengan kata lain agama berisi tentang tiga konsep menguasai, ketaatan, dan balasan yang, sehingga dengan kata lain agama merupakan sekumpulan keyakinan, hukum, norma, ataupun tata cara hidup serta hubungan antara manusia dengan Tuhan ataupun sesamanya untuk mengantarkan manusia kepada kebahagiaan hidup baik itu dunia ataupun akhirat.

Produk halal yang menjadi pokok konsumsi masyarakat merupakan suatu kewajiban yang harus dipenuhi dalam regulasi bisnis sejak dari bahan baku, produksi, distribusi, hingga pemakaiannya. Produksi dari bahan olahan yang halal dalam Hukum Islam digariskan dengan tegas. Hal ini mengandung arti setiap kegiatan produksi harus berpegang kepada prinsip produk halal yang telah digariskan oleh syari'at Islam. Prinsip produk dan bahan olahan dalam Hukum Islam menurut Abdul Manan dikendalikan oleh lima prinsip (Muhammad Abdul Manan, 1995), antara lainnya Prinsip keadilan, Prinsip kebersihan, Prinsip kesederhanaan, Prinsip kemurahan hati, Prinsip moralitas. Berdasarkan lima prinsip ini bagi masyarakat muslim memenuhi kebutuhan bukan berorientasi kepada kepuasan belaka, tetapi ada dimensi lain yang haram diikuti. Islam memandang

pemenuhan kebutuhan memiliki tujuan dimensi dunia dan dimensi akhirat. Manfaat kebutuhan dalam Islam lebih ditekankan kepada tingkat kemasalahatan dan kemudahan, sejauh pemenuhan kebutuhan tidak mendatangkan kemudahan dan merusak, maka Islam memberikan keluasaan untuk mengkonsumsi baik barang, makanan dan jasa.

Produk yang baik (thayyib) juga mengandung arti menghindari yang kurang baik, tidak aman dan kotor yang dalam khazanah fiqh sering disebut khabsah, sebagaimana yang dijelaskan dalam al-Qur'an: "dan diharamkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan atas mereka yang buruk" (Q.S al-A'raf: 157).

Disamping kehalalan dan sifat baik dari produk masih ada lagi persyaratan lain yang cukup penting dalam menggunakan sebuah produk. Persyaratan adalah bagaimana usaha yang dilakukan dalam memperolehnya dan membuatnya. Rezeki yang diperoleh dengan cara yang haram seperti pangan, sandang, tempat tinggal, sebahagian ulama ada yang berpendapat hasilnya haram untuk dikonsumsi meskipun makanan tersebut makanan yang halal. "Nabi menjelaskan bahwa tubuh yang dibesarkan dari makanan yang haram, baik cara mendapatkannya, maupun jenis makanan itu sendiri, maka neraka lebih baik untuknya". (H.R Tirmidzi) (Abdul Aziz Dahlan, 1997).

Hadis di atas mengandung arti cara yang digunakan, dengan demikian dalam arti luas teknologi yang dipergunakan dalam memperoleh

atau memproduksi makanan, hendaknya diperhatikan hal-hal yang diperbolehkan dalam Hukum Islam, misalnya tidak mencampur dengan bahan yang haram ke dalam proses produksi, tidak melakukan penipuan dengan mengemas makanan haram menjadi makanan yang halal.

Kembali kepada konteks pemikiran arah industrialisasi di Indonesia dan implikasinya terhadap produk-produk halal dan segala permasalahan di muka, ternyata konsumen muslim menghadapi pola regulasi bisnis yang merugikan dan sulitnya mendapatkan produk halal di pasar Indonesia. Kesulitan mendapatkan produk halal semakin diperparah dengan pola regulasi bisnis yang menerapkan pola input output system. Dengan sistem ini sudah pasti konsumen muslim tidak dijadikan suatu unsur atau faktor proses produksi, hal ini tentunya melanggar hak konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan.

Sangat ironis umat Islam yang mencapai 85 persen dari penduduk Indonesia tidak memiliki jaminan untuk mendapatkan produk halal. Secara sosiologis wajar apabila konsumen muslim menuntut produsen, perilaku bisnis dan tanggungjawab pemerintah terhadap penyediaan produk halal. Akan tetapi yang terjadi konsumen muslim berada pada posisi yang tidak menguntungkan, apalagi politik ekonomi di Indonesia posisi konsumen bukanlah satu kekuatan yang terorganisir dan mudah dimobilisasi, sehingga negara muslim di Indonesia. Pada akhirnya konsumen muslim terkukung oleh budaya

nerima (keterpaksaan) tanpa mengetahui bagaimana cara menggugatnya.

Ketidak tahuan hak dan kewajiban konsumen muslim terhadap produk halal justru dimanfaatkan produsen dan perilaku bisnis yang bertindak semena-mena dibalik ketidaktahuan dan ketidakberdayaan konsumen muslim. Dalam banyak hal produsen dan perilaku bisnis lebih tahu akan hal ini, bahkan kondisi seperti ini dimanfaatkan oleh produsen untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya (Imam Baehaqie Abdullah, 1990).

Perspektif Ekonomi Politik

Martin Staniland (2003) menegaskan politik dan ekonomi bertumpang tindih dan saling memengaruhi serta analisis teoritis hendaknya tidak sekadar memperhitungkannya namun juga didasarkan padanya, mengambil sebagai sebuah asumsi, dan menggunakan konsep-konsep yang memperterang hubungan tersebut. Selanjutnya, terdapat bagian sulit yaitu untuk menentukan “lingkup-lingkup tempat suatu fusi ekonomi dan politik dapat berlangsung”.⁵ Singkatnya, antara ilmu ekonomi (economics) dan ilmu politik (politics) memang berlainan yaitu dalam pengertian keduanya mempunyai alat analisis sendiri-sendiri yang bahkan memiliki asumsi yang berlawanan (Erani, 2009). Oleh karena itu ekonomi politik merupakan penggabungan antara bidang ekonomi dan politik, menggabungkan dua fokus yang berbeda. Setidaknya, keduanya memiliki perhatian yang sama terhadap isu-isu sebagai

berikut: mengorganisasi dan mengoordinasi kegiatan manusia, mengelola konflik, mengalokasikan beban dan keuntungan, dan menyediakan kepuasan bagi kebutuhan dan keinginan manusia.

Berdasarkan pemahaman ini, pendekatan ekonomi politik mempertemukan antara bidang ekonomi dan politik (yang terbatas) untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Caporaso dan Levine mengembangkan penerapan pendekatan ekonomi terhadap politik menjadi tiga, yaitu teori pilihan publik, analisis ekonomi terhadap kebijakan dan analisis ekonomi terhadap institusi. Sedangkan pendekatan politik terhadap ekonomi menekankan pada prinsip bahwa politik akan berperan penting dalam pembuatan keputusan atau kebijakan (decision maker). Sekalipun pembuatan keputusan merupakan tugas pejabat eksekutif, yang seharusnya tidak terkontaminasi kepentingan-kepentingan politik tertentu, tetapi hasrat untuk berpolitik cenderung tidak bisa dihindari.

Oleh karena itu, asumsi yang digunakan dalam dimensi politik pembuatan kebijakan publik adalah upaya kolektif, bukan individual. Terkait dengan hal ini, menurut Erani (2009), implementasi dari kebijakan ekonomi politik selalu mempertimbangkan struktur kekuasaan dan sosial yang hidup dalam masyarakat, khususnya target masyarakat yang menjadi sasaran kebijakan. Penggabungan kedua bidang tersebut dapat secara intensif menjelaskan bagaimana sistem kekuasaan dan pemerintahan dipakai sebagai instrumen atau

alat untuk mengatur kehidupan sosial atau sistem ekonomi (Rachbini, 2002).

Menyinggung persoalan kepentingan MUI dalam kebijakan sertifikasi halal, masalah legitimasi dan trust pada lembaga keagamaan tersebut pada akhirnya juga menarik perhatian kita. Adanya tendensi kepentingan-kepentingan tertentu yang bermain dan perebutan kekuasaan juga mengarahkan kita pada pertanyaan mengenai legitimasi dan trust. Artinya legitimasi dan trust dalam konsep ini merupakan implikasi atau dampak yang terjadi atas kuasa MUI dalam penerbitan sertifikasi halal. Legitimasi dan trust tersebut perlu dimaknai dari berbagai sisi, tidak hanya sebagai definisi yang tunggal. Legitimasi diartikan sebagai kesesuaian suatu tindakan perbuatan dengan hukum yang berlaku, atau peraturan yang ada, baik peraturan hukum formal, etis, adat-istiadat maupun hukum kemasyarakatan yang sudah lama tercipta secara sah. Dari segi filosofis, legitimasi melibatkan pengertian kognitif, yang berarti penjelasan terhadap kenyataan, dan unsur normatif yang bersifat membenarkan. Artinya, tindakan yang muncul dalam konteks sosial tertentu telah mendapatkan penjelasan dan pembenaran dari lembaga-lembaga sosial melalui ideologi, dan tindakan tersebut merupakan kenyataan bagi individu.

Selain penjelasan dari segi filosofis, makna legitimasi juga erat kaitannya dengan wilayah agama. Terdapat kecenderungan legitimasi terkait kemampuan penguasaan ilmu agama, dan pengakuan legitimasi tersebut berasal dari

penganut agama yang bersangkutan. Seseorang atau sekelompok orang yang telah menguasai ilmu agama akan mendapatkan tempat tertentu dalam suatu struktur sosial masyarakat, dan berarti seseorang atau sekelompok orang tersebut telah mendapat legitimasi. Merujuk pada legitimasi pada wilayah agama ini, dapat dipahami bahwa secara psikologis, legitimasi berarti keyakinan bahwa penguasa layak dan berhak dipatuhi. Dalam definisi tersebut, legitimasi menjadi penting sebab mengarahkan pada kerelaan untuk patuh, ingat ada kepatuhan yang dilandasi oleh kerelaan. Pada kondisi yang demikian, penguasa akan bisa efektif dan mudah melakukan perannya.

Berbasis pada hal ini, legitimasi akhirnya sering dihubungkan pada konsep kekuasaan dan kewenangan. Terutama pada hubungan antara pemimpin dengan yang dipimpin, yang titik beratnya terletak pada reaksi yang dipimpin atas kewenangan yang dimiliki oleh pemimpinnya. Bila kemudian diskusi mengenai legitimasi ini dikaitkan pada politik, maka legitimasi diperlukan tidak hanya untuk mendukung aktivitas pemerintah semata, tetapi juga berfungsi untuk memberikan peluang terciptanya kegiatan-kegiatan politik bagi pihak-pihak selain pemerintah.

Legitimasi tidak berdiri secara mandiri. Legitimasi suatu kewenangan pada dasarnya juga diakibatkan oleh unsur kepercayaan (trust). Trust merupakan alasan mendasar bagi dukungan dan pengakuan terhadap kewenangan. Fukuyama (2002) mendefinisikan trust sebagai harapan-harapan terhadap keteraturan, kejujuran, dan perilaku

kooperatif yang muncul dari dalam sebuah komunitas yang didasarkan pada norma-norma yang dianut bersama oleh anggota-anggota komunitas itu. Norma-norma tersebut bisa didasarkan oleh ajaran-ajaran yang berasal dari Tuhan atau norma sekuler seperti standar-standar profesional dan kode perilaku. Pembahasan mengenai legitimasi dan trust tersebut secara teoritis dapat membantu dalam memahami dan menjelaskan legitimasi dan trust yang tercipta, baik dari pandangan MUI sendiri maupun di luar struktur organisasi MUI dalam kasus sertifikasi halal ini.

KESIMPULAN

Agama merupakan suatu sistem atau prinsip kepercayaan kepada Tuhan atau dengan kata lain agama berisi tentang tiga konsep menguasai, ketaatan, dan balasan yang, sehingga dengan kata lain agama merupakan sekumpulan keyakinan, hukum, norma, ataupun tata cara hidup serta hubungan antara manusia dengan Tuhan ataupun sesamanya untuk mengantarkan manusia kepada kebahagiaan hidup baik itu dunia ataupun akhirat.

Berdasarkan pemahaman ini, pendekatan ekonomi politik mempertemukan antara bidang ekonomi dan politik (yang terbatas) untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Caporaso dan Levine mengembangkan penerapan pendekatan ekonomi terhadap politik menjadi tiga, yaitu teori pilihan publik, analisis ekonomi terhadap kebijakan dan analisis ekonomi terhadap institusi.

Sedangkan pendekatan politik terhadap ekonomi menekankan pada prinsip bahwa politik akan berperan penting dalam pembuatan keputusan atau kebijakan (decision maker). Sekalipun pembuatan keputusan merupakan tugas pejabat eksekutif, yang seharusnya tidak terkontaminasi kepentingan-kepentingan politik tertentu, tetapi hasrat untuk berpolitik cenderung tidak bisa dihindari. Produk yang baik (thayyib) juga mengandung arti menghindari yang kurang baik, tidak aman dan kotor yang dalam khazanah fiqh sering disebut khabitsah, sebagaimana yang dijelaskan dalam al-Qur'an: "dan dihalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan atas mereka yang buruk" (Q.S al-A'raf: 157).

DAFTAR PUSTAKA

- Slamet Mujiono, (2016). Perlindungan Konsumen: Regulasi Bisnis. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* Volume 1, No.1.
- Riska Nurhafizhah, Agus Hadiawan, Tety Rachmawati, (2019). Implementasi Asean-Australia-New Zealand Free Trade Agreement (Aanzfta) Dalam Hubungan Perdagangan Indonesia-Australia Dan Indonesia-New Zealand Tahun 2013-2017. *SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial dan Budaya*, Vol. 21, No. 1.
- Lies Afronyati, (2014). Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal Oleh Majelis Ulama Indonesia: *Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik JKAP* Vol 18 No 1
- F. Yudhi Priyo Amboro, (2019). Problematika Pendaftaran Merek Untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Batam: *Journal of Judicial Review* Vol.XXI No.1.
- Rosnawintangl , Suwandi, Nur Asizah, (2015). Analisis Daya Saing Dan Strategi Industri Makanan Dan Minuman Indonesia Di Era Masyarakat Ekonomi Asean: *Jurnal Ekonomi Pembangunan (JEP) UHO*, Volume 5 No 2.
- Muhammad, (2009). Label Halal Dan Spiritualitas Bisnis Interpretasi atas Bisnis Home Industry: *Jurnal Salam*. Volume 12 Nomor 2.
- Ahmad Hamdani, Nurma Sari, Khairil Umuri, (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC): *Al_Buhuts e-Journal*. Volume 17 No 2.
- Telsy Fratama Dewi Samad, (2019). Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Preferensi Konsumen pada Restoran Pizza Hut dan KFC di Yogyakarta: *Falah jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 4, No.1.
- Annisa Fiazisyah, Niken Purwidiani, (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji Kfc Basuki Rahmat Surabaya: *e-journal Boga*, Volume 7, No. 2.