



Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah
ISSN (p): 2597-4904 ISSN (e) : 2620-5661
Volume 6, Nomor 2, Oktober (2022), h. 64-80
10.24252/al-mashrafiyah.v6i2.28543

Rekonstruksi Konsep Bisnis *Halalan Thayyiban* Penguatan Integrasi-Interkoneksi Ekosistem *Halal Value Chain*

Muhamad Rahman Bayumi

muhamadrahmanbayumiuin@radenfatah.ac.id

M. Iqbal

m.iqbal_uin@radenfatah.ac.id

M. Junestrada Diem

junestradiem_uin@radenfatah.ac.id

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Muhlis

muhlismasin@gmail.com

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Received: 02-08-2022; Revised: 23-10-2022 Accepted: 25-10-2022

Keywords:

Reconstruction, Halalan Thayyiban, Integration and Interconnection, Islamic Business Ethics

ABSTRACT

The progress of the Halal Value Chain (HVC) ecosystem cannot be separated from the role of the government and other formal and informal institutions. In the HVC ecosystem, every organization/institution plays an important role in creating a halalan thayyiban business industry zone. One of the ways to promote halalization in supporting economic progress is to implement it through strengthening the Halal Value Chain in the economy. The purpose of this paper is to offer a reconstruction of the Halalan Thayyiban business concept by strengthening the integration and interconnection of each subject in the HVC ecosystem. Using a descriptive qualitative approach, the researcher performed a literature study to collect data from various sources that support the researcher's chosen topic. This study will discuss the reconstruction of the halalan thayyiban business concept and the importance of initiating an economic industry based on Islamic business ethics. The results of the research obtained that in supporting the acceleration of the progress of the Halal Value Chain ecosystem, it is very much determined by the application of integration and interconnection in order to achieve business concepts that are not only halal but also thayyib.

Kata Kunci:

Rekonstruksi, Halalan Thayyiban, Integrasi dan Interkoneksi, Etika Bisnis Islam

ABSTRAK

Kemajuan ekosistem Halal Value Chain (HVC) tidak lepas dari peran pemerintah dan lembaga formal dan informal lainnya. Dalam ekosistem HVC, setiap organisasi/lembaga berperan penting dalam menciptakan kawasan industri bisnis halalan thayyiban. Salah satu cara untuk mendorong halalisasi dalam mendukung kemajuan ekonomi adalah dengan mengimplementasikannya melalui penguatan Rantai Nilai Halal dalam perekonomian. Tujuan dari tulisan ini adalah untuk menawarkan rekonstruksi konsep bisnis Halalan Thayyiban dengan memperkuat

integrasi dan interkoneksi setiap disiplin ilmu dalam ekosistem HVC. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, peneliti melakukan kajian pustaka dalam mengumpulkan data untuk merumuskan konsep ini. Kajian penelitian ini membahas rekonstruksi konsep bisnis halal *thayyiban* dan pentingnya menginisiasi industri ekonomi berbasis etika bisnis Islami. Hasil penelitian yang diperoleh bahwasannya dalam mendukung akselerasi kemajuan ekosistem *Halal Value Chain*, sangat ditentukan oleh penerapan integrasi dan interkoneksi demi tercapainya konsep bisnis yang tidak hanya halal tapi juga *thayyib*.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri halal saat ini menunjukkan perubahan yang positif dalam menyokong kemajuan perekonomian dunia. Secara langsung, Covid-19 telah merubah tatanan kehidupan masyarakat dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Tidak sedikit informasi dan promosi mengenai pentingnya hidup sehat dalam mempertahankan kesehatan masing-masing menjadi semakin digemari oleh masyarakat.

Sebagai salah satu Negara yang masuk dalam kategori mayoritas Muslim terbesar di dunia, pada akhirnya mendorong kemajuan bisnis dengan label halal atau biasa dikenal dengan istilah halalikasi. Perekonomian yang sempat menurun dikarenakan pandemi, membuat setiap institusi dan organisasi, bahkan individu berupaya mencari celah untuk segera bangkit dari keadaan tersebut.

Salah satu cara dalam menjaga kestabilan perekonomian yaitu berupaya membantu pemerintah dalam menerapkan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang mana UU tersebut telah mulai diterapkan sejak 17 Oktober 2019. Dalam melakukan akselerasi *Halal Value Chain* (HVC) yang mendukung kemajuan bisnis halal dan juga *thayyiban* dalam perekonomian. Pemerintah saat ini semakin berupaya untuk mempercepat halalikasi produk untuk kemajuan perekonomian, dengan cara melakukan beberapa upaya dalam mengimplementasikan HVC, sebagaimana informasi tersebut disampaikan melalui video yang diupload oleh Bank Indonesia pada tanggal 28 Oktober 2021 mengenai *Halal Value Chain* diantaranya: sertifikasi halal untuk produk Indonesia agar mendunia, pengembangan ekosistem pelaku usaha, pengembangan di setiap produknya dan *Halal Value Chain* harus *end to end*.

Linkage antara perbankan syariah dan fintech syariah dapat mendukung industri halal, disediakan pendanaan pengembangan bisnis. Penyediaan alat pembayaran dapat bersinergi sehingga membutuhkan penggunaan rekening bank syariah. Perbankan syariah dan fintech syariah bersinergi dalam membantu dan memasarkan produk-produk industri halal untuk mendapatkan pembiayaan atau permodalan. (Trimulato, 2021)

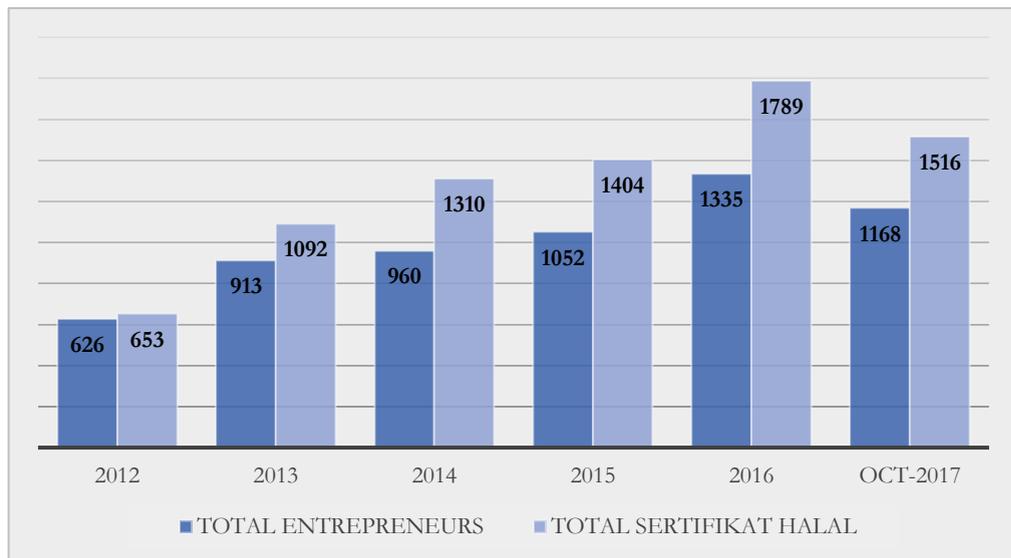
Maraknya minat masyarakat akan bisnis halal pada akhirnya mengantarkan hal ini pada beberapa isu yang kemudian muncul. Femonena yang terjadi saat ini, baik pemerintah dan masyarakat bersama-sama berupaya bangkit dalam menjalankan HVC demi menyambung kehidupan, namun tidak sedikit yang melupakan akan pentingnya manfaat atau kebaikan dari produk tersebut. Semestinya produk yang halal ini secara umum mampu mengakomodir nilai-nilai manfaat dan kebaikan dari produk yang halal. Namun dalam kenyataannya meluasnya produk halal tidak diikuti dengan banyaknya produk yang memberikan kebaikan ketika dikonsumsi.

Sebagai salah satu contoh penggunaan gula rafinasi, telah jelas Pemerintah telah melarang penggunaan gula rafinasi menurut SK Menperindag No. 527/MP/KET/9/2004 dalam aturan tersebut gula rafinasi hanya diperuntukkan untuk industri sebagai bahan baku atau zat tambahan dalam proses produksi. Produsen juga dilarang menjual gula rafinasi tersebut kepada distributor. Padahal dengan

membuka celah tersebut dapat berakibat fatal. Terbukti dengan beredarnya gula rafinasi di pasaran (Jatim, 2018). Selain itu ada banyak kritik mengenai produk-produk yang berlabel halal tapi membahayakan atau tidak aman jika dikonsumsi jangka waktu yang panjang.

Gambar 1

Kuantitas Pengusaha dengan Sertifikat Halal

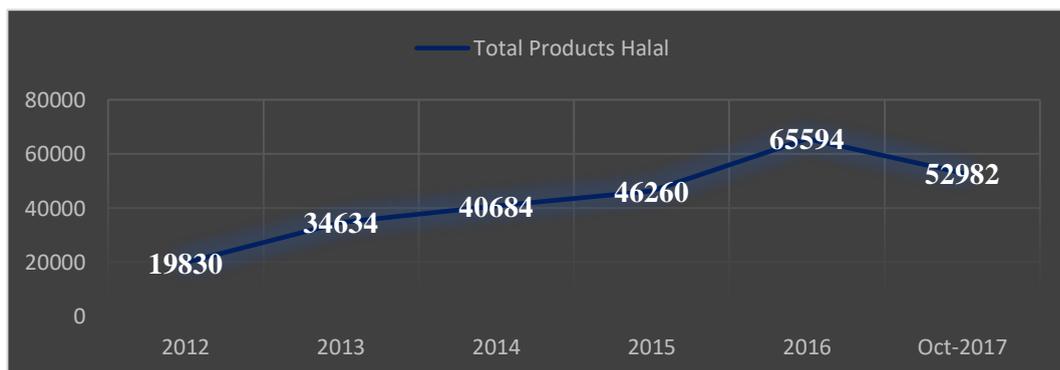


(Sumber: KNEKS Indonesia Islamic Economic Masterplan 2019-2024)

Pada gambar 1 dapat dilihat *chart* tersebut menunjukkan kenaikan jumlah pengusaha dan total sertifikat halal dari tahun ke tahunnya. Hal ini secara kuantitas menunjukkan peningkatan yang baik dalam mendukung HVC. Jumlah produk dengan setifikasi halal ini peningkatannya dapat dilihat dari gambar 2 di bawah ini. Namun, meluasnya promosi HVC untuk mencapai bangkitnya perekonomian belum sepenuhnya sejalan dengan promosi hidup sehat. Padahal seharusnya konsep dari halalisisasi tidak boleh lepas dari nilai-nilai atau manfaat yang mestinya melekat ke produk tersebut, baik itu barang ataupun jasa.

Gambar 2

Perkembangan Kuantitas Produk Halal



(Sumber: Indonesia Islamic Economic Masterplan 2019-2024)

Selain itu isu juga yang tidak kalah penting yaitu akselerasi HVC dalam membangkitkan perekonomian seharusnya dapat dilaksanakan dengan melakukan beberapa upaya yang mampu menstimulasi *self awareness* dari setiap pelaku ekonomi untuk kemudian bersama-sama menyadari akan pentingnya membangun perekonomian dengan fondasi yang kuat dan berorientasi untuk kemajuan jangka panjang, bukan malah merayakan kemajuan ekonomi yang bersifat jangka pendek.

Beberapa pertanyaan atau masalah yang telah dipaparkan akan coba dibahas dan dianalisis guna memberikan rekonstruksi konsep bisnis yang *halalan thayyiban* melalui penguatan integrasi dan interkoneksi dalam penguatan ekosistem *Halal Value Chain*. Pentingnya penguatan tersebut dikarenakan dalam ekosistem HVC ada begitu banyak komponen yang perlu untuk dikelola sebaik mungkin, komponen ekosistem HVC tersebut diantaranya, UMKM, regulasi, sumber daya insani, kelembagaan, riset dan edukasi, transportasi, pergudangan/outlet, kawasan khusus, pembiayaan dan pasar (domestik maupun mancanegara). Dalam Masterplan ekonomi Syariah Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) 2019-2024, setidaknya ada lima program unggulan memperkuat halal value chain, yaitu (Subianto & Pratiwi, 2018):

1. Membangun kawasan industri halal dan *halal hub* di berbagai daerah sesuai dengan *comparative advantage* masing-masing daerah unggulan.
2. Memperkuat infrastruktur untuk meningkatkan efektivitas dan standarisasi proses sertifikasi halal di Indonesia (Halal Center, Lembaga Penjamin Halal, perwakilan BPJPH, Sistem Informasi Halal, dll)
3. Meningkatkan jangkauan (*outreach*) melalui sosialisasi/edukasi publik *halal lifestyle*.
4. Program Insentif bagi lokal dan global player untuk berinvestasi dalam mendukung perkembangan HVC secara komprehensif (mulai dari bahan baku, produksi, distribusi dan promosi)
5. Memperkuat kerja sama dan pengakuan internasional untuk memperluas pasar produk halal Indonesia, diantaranya melalui standarisasi dan harmonisasi dengan dibentuknya international halal center di Indonesia.

Setelah memaparkan fenomena dan latar belakang masalah, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu; untuk merekonstruksi konsep bisnis halalan thayyiban yang sesuai dengan etika bisnis Islami guna tercapainya akselerasi ekosistem *Halal Value Chain*.

LANDASAN TEORI

Dalam pembahasan ini, literatur *review* hanya membahas masalah *halal value chain* pada program yang ketiga yakni meningkatkan jangkauan (*outreach*) melalui sosialisasi/edukasi publik *halal life style* (Subianto & Pratiwi, 2018). Adapun pembahasan tersebut didasarkan pada hasil temuan peneliti pada *research* sebelumnya dimana peneliti merasa masih kurangnya penelitian yang membahas konseptual mengenai bisnis *halalan thayyiban*.

Perkembangan industri halal berdasarkan data produk halal Bersertifikat LPPOM MUI 2021 tumbuh sebesar 2.531,49 persen. Berdasarkan pengeluaran industri halal sektor makanan 77,23 dari total industri halal lainnya. Peran industri halal dalam mewujudkan SDGs, yaitu; pengurangan kemiskinan, pengurangan kelaparan, kehidupan dan kesejahteraan yang sehat, pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi, inovasi industri dan infrastruktur. Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab. (Trimulato. et al, 2022)

Sering kali bisnis yang halal tidak dipandang sebagai suatu upaya yang *holistic* dalam pencapaian *maslahah* melainkan halal terkadang hanya sebatas simbol dan halalisasi saja (Euis Amalia, 2020). Seperti

produk-produk makanan cepat saji, minuman-minuman yang tidak baik bagi tubuh jika dikonsumsi dalam jangka panjang, dan banyak produk lainnya. Halal seharusnya searah dengan kebaikan pada produk tersebut.

Penelitian terkait dengan *Halal Value Chain* telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Penelitian pertama mengungkapkan bahwa peran perbankan syariah tidak hanya terbatas pada pembiayaan berbasis syariah yang bebas *riba* (bunga), *maysir* (ketidakpastian), dan *gharar* (perjudian). Akan tetapi juga pada seluruh tahapan proses produksi (*halal value chain management*) (Waharini & Purwantini, 2018).

Penelitian lainnya mengungkap bahwa kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi makanan dan minuman halal dapat mendorong Halal Value Chain (HVC) (Subianto & Pratiwi, 2018), oleh karenanya program ketiga yang akan dibahas dalam penelitian ini bertujuan untuk merekonstruksi konsep halal *thayyiban* agar kesadaran masyarakat dapat terbangun dari dalam.

Penelitian sebelumnya pernah juga dilakukan di Langsa, dimana penelitian ini menemukan bahwa label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetika mahasiswa sebesar 23,4%. Persentase perhatian mahasiswa terhadap label halal pada produk kosmetik hanya sebesar 0,484%. Persentase sisanya jika 76,6 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam model ini (Fahmi Arrauf Nst, 2018). Atas dasar temuan ini menunjukkan masih kurangnya kesadaran akan pentingnya produk halal bagi kaum terpelajar.

Terkait dengan program pariwisata, penelitian lain mengungkapkan bahwa para pemangku kepentingan dalam pengembangan ekonomi syariah di Kota Banjarbaru maupun pemerintah setempat belum melakukan strategi ataupun program pengembangan pada industri pariwisata di Kota Banjarbaru untuk menjadi pariwisata halal/ramah muslim, pertumbuhan pariwisata ini menjadi meningkat setelah dilakukan analisis SWOT (Ahla et al., 2020).

Penelitian lainnya pernah juga dilakukan sebagai upaya mendorong HVC yaitu penerapan rantai nilai halal di Pondok Pesantren Nurul Amanah Bangkalan menunjukkan Semuanya sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Produk Jaminan Halal dan Daftar Bahan Tidak Kritis (*Halal Positive List of Material*) untuk bahan pendukungnya. Dapat disimpulkan bahwa Pondok Pesantren Nurul Amanah telah menerapkan rantai nilai halal (Dzikrulloh & Koib, 2020).

Penelitian berikutnya menemukan bahwa proses penyembelihan yang halal memiliki pengaruh paling tinggi pada konsumen karena persepsi halal yang paling familiar bagi mereka adalah kegiatan proses penyembelihan (Nugroho et al., 2018). Berdasarkan hal ini penyembelihan yang sesuai dengan syariat adalah hal yang penting namun, proses pengelolaan dari daging ini juga mesti menjadi poin penting jika dilihat dari paradigma integrasi dan interkoneksi. Penelitian lainnya mengungkap bahwa ada kelangkaan penelitian akademis di bidang manajemen rantai pasokan halal berkelanjutan, memberikan referensi penting untuk manajemen rantai pasokan dan logistik halal (Ibrahim et al., 2018).

Penelitian sebelumnya yang juga menjadi hal penting untuk kemudian peneliti melihat *gap research* yang menunjukkan perlu adanya rekonstruksi mengenai konsep halal tersebut yaitu adanya temuan pada penelitian yang mengungkap bahwa permasalahan yang begitu jelas akan terhambatnya HVC adalah setiap Negara memiliki aturan standar halal sendiri, seperti timbulnya sengketa perdagangan karena produk impor tidak dapat masuk pasar Negara akibat standar halal yang berbeda. Standar halal menjadi hambatan dalam perdagangan bebas, hal ini sebagaimana yang telah diketahui bahwa penerapan standar halal antara satu negara dengan negara lain bisa berbeda-beda. Adapun beberapa faktor yang menjadikannya berbeda diantaranya ialah perdebatan yang masih terus bergulir di kalangan ulama hingga saat ini mengenai konsep halal itu sendiri, seperti pandangan ulama terkait penyembelihan hewan ada yang mengharuskan menggunakan tangan dan ada juga yang membolehkan dengan penggunaan mesin. Kemudian tidak terlibatnya beberapa negara pada institusi yang mengeluarkan standar halal dunia atau yang lebih dikenal dengan SMIIC (*The Standard and Metrology Institute for Islamic Countries*). Selain itu masing-

masing negara masih memaksa untuk tetap menerapkan standar halal nya sendiri. Standar Halal kemudian dianggap sebagai hambatan bagi perdagangan bebas. Dengan menggambarkan Standar Halal yang berlaku di beberapa Negara ASEAN, hasilnya menunjukkan beberapa tantangan bagi Asean untuk mewujudkan satu kerangka Standar Halal yang sama guna mencapai potensi Pasar tunggal ASEAN yang kuat (Johan, 2018).

Penelitian mengenai kerangka konseptual *Halal-Logistics Value Chain* sebagai inisiatif untuk memfasilitasi komunitas global peneliti dan praktisi dalam memahami keragaman, makna, dan evolusi fenomena halal-green logistics dalam konteks negara berkembang dan meningkatkan performa perusahaan (Hashom et al., 2020). Melihat ada beberapa penelitian yang mengarah kepada implementasi HVC namun masih kurangnya penelitian yang berupaya menawarkan konsep halalan thayyiban ini sebagai upaya menghasilkan *output* pada produk yang bernilai, bermanfaat, halal dan layak untuk dikonsumsi jangka panjang. Kurangnya kesadaran atau pembahasan hal-hal demikian sebelumnya pernah diungkap pada penelitian terkait pentingnya integrasi dan interkoneksi dalam menyelesaikan permasalahan sosial (Bayumi & Jaya, 2018).

Efektivitas kelembagaan mengacu pada integrasi ekosistem industri halal yang mencakup regulasi, kebijakan, proses, prosedur, peraturan dan hukum yang mengarahkan pemangku kepentingan, khususnya pelaku industri halal menuju kepatuhan syariah (Nasution, 2020). Atas dasar temuan inilah penelitian ini berupaya untuk melanjutkan agenda, tidak hanya melakukan integrasi pada ekosistem industri halal tersebut tapi diharapkan adanya interkoneksi dengan pendekatan yang tepat. Jika ditinjau pada beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penelitian sebelumnya hanya tertuju pada penerapan halalisasi pada industri perbankan, kosmetik, pariwisata, makanan dan minuman. Selain itu secara umum konsep *halal value chain* yang dipaparkan sebatas menciptakan produk halal, dalam artian belum masuk pada kategori *halalan thayyiban*. Adapun yang membedakan pada penelitian ini yaitu lebih menekankan pada pentingnya membangun paradigma integrasi dan interkoneksi, dan juga konsep *halalan thayyiban* pada produk dalam HVC. Dengan pendekatan paradigma integrasi dan interkoneksi pada penelitian ini setidaknya dapat dijadikan sebagai dasar bagi pemangku kebijakan atau masyarakat dalam menerapkan *halal value chain* di berbagai sektor industri dan lini kehidupan, yang tentunya menghasilkan produk yang *halalan thayyiban*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Kajian mengenai rekonstruksi konsep bisnis *halalan thayyiban* ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis studi pustaka. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, seperti penelusuran buku-buku, literatur, jurnal, laporan penelitian, informasi dari media cetak, online, dan sumber lainnya dari berbagai sumber untuk mendapatkan bahan dalam mengkaji persoalan dalam melakukan rekonstruksi konsep bisnis *halalan thayyiban*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi dari beberapa sumber.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan diuraikan secara sistematis agar lebih mudah dipahami dalam proses membuat kesimpulan. Pendekatan integrasi dan interkoneksi juga diterapkan dalam proses analisis data untuk menghasilkan konsep yang aplikatif. Dalam merumuskan kesimpulan melalui integrasi dan interkoneksi, peneliti akan berpegang pada beberapa prinsip dalam paradigma tersebut yaitu *semipermeable*, *intersubjective testability* dan *creative imagination*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis *Halalan Thayyiban*

Konsep *halalan thayyiban* adalah konsep tentang makanan dan minuman yang mesti diamalkan manusia pada umumnya dan umat Islam pada khususnya. Ruang lingkup makanan dan minuman yang halal sebagai dasar dan asal hukum yang wajib diikuti umat Islam. Sedangkan makanan dan minuman yang haram adalah pengecualian. Dengan demikian, pengecualian terhadap makanan dan minuman yang diharamkan bisa menjadi standar dalam menilai kehalalan sebuah benda. Sedangkan *thayyiban* (baik) merupakan pendekatan yang dapat dilakukan secara medis atau uji standar kesehatan (Nuraini, 2018).

Penegasan al-Quran mengenai konsep *halalan thayyiban*, merupakan ajaran dan perintah untuk setiap manusia, yang secara khusus bagi umat Islam untuk memahami bahwa makanan dan minuman tidak cukup hanya halal saja, tapi juga harus dipastikan kebaikan atau manfaat bagi makanan tersebut. Sebagai manusia yang diberikan Tuhan akal dan pikiran, secara tidak langsung Tuhan memerintahkan manusia untuk berpikir. Relevansi halalan thayyiban pada bisnis saat ini dibahas dalam tulisan ini, dikarenakan meningkatnya variasi dari berbagai makanan dan minuman yang diolah pihak produsen dengan menggunakan berbagai macam bahan untuk dijual.

Jika diamati dari sisi legalitas, bahwasannya produk yang berlabel halal tentu itu sudah memenuhi dan melewati proses *screening* dalam halalisasi. Namun pada kenyataannya produk yang berlabel halal tidak semuanya memenuhi unsur *thayyiban*. Dimana pada unsur *thayyiban* lebih ditekankan dari sisi kesehatan. Hendaknya pihak pengelola bisnis dan pemegang kekuasaan mampu memberdayakan masyarakat yang tidak hanya membantu proses akselerasi ekosistem HVC tapi juga memoptimalkan dan melibatkan pihak-pihak yang tidak hanya cakap dalam hal agama, tapi juga melibatkan pihak-pihak yang mampu menguji makanan tersebut apakah aman dikonsumsi atau bahkan bukan hanya aman tapi juga mampu memberi manfaat yang lebih dari sekedar label halal semata.

Penelitian Halim Setiawan mengungkap bahwasannya ada empat karakteristik untuk makanan dapat disebut *halalan thayyiban*, empat karakteristik tersebut adalah: a) Makanan tersebut harus halal, baik itu dilihat dari segi zatnya dan dari segi cara mendapatkannya maupun dari segi cara memprosesnya. b) Makanan tersebut harus mengandung gizi yang cukup dan seimbang untuk dikonsumsi. c) Jadilah orang yang proporsional dalam mengambil makanan, dalam artian sesuai dengan kebutuhan konsumen, tidak lebih dan tidak kurang. d) Makanan tersebut harus aman ketika dikonsumsi (Setiawan, 2020).

Mengonsumsi makanan *halalan thayyiban* merupakan perintah dari Allah SWT, dimana produk makanan *halalan thayyiban* ini memiliki beberapa ciri bahwa makanan tersebut tergolong makanan halal, mengandung gizi yang cukup dan seimbang, proporsional, dan aman (Dewi & Agustina, 2021). Dalam bahasan dan diskusi berikutnya, akan membahas mengenai paradigma yang diperlukan dalam memahami konsep bisnis ini untuk bisa diaplikasikan dalam upaya mendukung ekosistem HVC.

Paradigma Integrasi dan Interkoneksi dalam Akselerasi Ekosistem Halal Value Chain

Integrasi dan interkoneksi adalah pendekatan yang harus diterapkan atas dasar ilmu. Dalam Islam ilmu bagaikan cahaya yang dapat menuntun siapapun kearah yang lebih baik. Ali bin Abi Thalib menyatakan:

“Ilmu menyebabkan terangnya pemikiran seseorang dan becahayanya hati seseorang sedangkan harta seringkali membingungkan pemilikinya dan mengeraskan hatinya.” (Jarot Wahyudi, 2003)

Kemudian hal senada, Jumin menyatakan,

“Peran ilmu pengetahuan dan teknologi untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat, meningkatkan daya saing bangsa, memperkuat persatuan nasional, membuat pemerintahan yang transparan, dan meningkatkan identitas nasional di tingkat internasional. Melalui ilmu pengetahuan dan teknologi, manusia dapat memanfaatkan sumber daya alam untuk mendukung kesejahteraan dan meningkatkan kualitas hidup. Selain itu, penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi juga akan meningkatkan kesejahteraan bangsa ke dalam untuk membangun masyarakat modern yang didasarkan pada iman dan takwa.” (Hasan Basri Jumin, 2012)

Kebebasan beragama dan dialog antar umat beragama haruslah mampu menciptakan tumbuhnya masyarakat beragama yang beradab, bersaudara, damai dan harmoni. Agama sebagai cara hidup seharusnya menjadi sarana paling baik untuk menciptakan masyarakat demikian itu. Agama haruslah menjadi promotor hidup yang beradab, bersaudara, damai dan harmoni (Nur Ichwan dan Ahmad Muttaqin, 2012). Atas pemahaman akan hal-hal inilah sehingga esensi mengenai HVC haruslah direkonstruksi atas dasar kesepahaman akan integrasi dan interkoneksi.

Paradigma integrasi dan interkoneksi adalah cara berpikir yang harus dilalui untuk proses rekonstruksi konsep bisnis *halalan thayyiban* dalam memajukan ekosistem *halal value chain*. Dengan paradigma ini diharapkan hasil pemikiran tersebut mampu menghasilkan pemikiran yang kreatif, solusional, inovatif dan revolusioner. Dengan adanya integrasi dan interkoneksi juga akan mampu mengatasi persoalan sosial dalam rekonstruksi konsep bisnis *halalan thayyiban*. Masalah sosial yang begitu pelik dan *anomic* merupakan hasil dari berbagai ketimpangan dan kekurangan di berbagai bagian pembuat kebijakan.

Paradigma integrasi dan interkoneksi merupakan upaya untuk menghasilkan pemikiran dan kerangka kerja yang tidak parsial. Kemudian, ada tiga kunci untuk menciptakan konsep bisnis *halalan thayyiban* melalui pendekatan interkoneksi integrasi yaitu *semipermeable*, *intersubjective testability* dan imajinasi kreatif. Berikut masing-masing penjelesannya.

1. *Semipermeable*

Konflik antara interpretasi ilmiah dan persoalan agama muncul karena batas antara kausalitas dan makna mengenai *semipermeable* (saling menembus) (Holmes Rolston III, 1987). Konsep ini berasal dari ilmu biologi, di mana isu *survival for the fittest* adalah yang paling menonjol. Hubungan antara ilmu berdasarkan 'kausalitas' dan agama berbasis '*meaning*' berpola *semipermeable*, yang antara kedua saling menembus.

Hubungan antara ilmu pengetahuan dan agama tidak dibatasi oleh dinding/ketebalan dinding, yang tidak memungkinkan berkomunikasi atau terpisah disegel begitu ketat dan kaku, tapi saling mengisi dan menembus (Amin Abdullah, 2014). Sebagian menembus satu sama lain, dan tidak bebas sepenuhnya. Masih terlihat garis dari batas-batas antara ilmu-ilmu yang ada. Selanjutnya, para ilmuwan di seluruh ilmu yang berbeda dan terbuka satu sama lain untuk berkomunikasi dan menerima masukan dari disiplin ilmu di luar bidang mereka. Hubungan ini dapat bermotif saling merasuk, *complementative*, afirmatif, korektif, verifikasi dan transformatif.

Relevansinya dalam konsep bisnis jika dipandang dengan paradigma ini, bertujuan membuat bisnis tidak hanya dipandang sebagai kegiatan ekonomi, tapi juga berimplikasi pada aspek sosial, kesehatan, agama, budaya, politik, sumber daya manusia, sumber daya alam, dan berbagai disiplin ilmu lainnya. Tujuan dengan adanya *semipermeable* dalam rekonstruksi konsep bisnis yang *halalan thayyiban* adalah untuk memberikan pemahaman akan pentingnya mengakselerasikan pemahaman akan bisnis yang *halalan thayyiban* dengan melakukan studi pendekatan kepada berbagai disiplin ilmu. Sehingga peraturan dan visi yang dirumuskan pemerintah hendaknya tidak hanya berfokus pada hal-hal yang bisa dilihat dari kuantitas, labelisasi dan penampilannya saja, melainkan bisa 'dirasakan' dan diukur

manfaatnya, kualitasnya dan nilai intrinsik dari output yang dihasilkan dari peraturan yang dibuat oleh para pembuat kebijakan.

2. *Intersubjective Testability*

Intersubjective testability adalah ketika semua masyarakat dengan paradigma ilmiah datang bersama-sama untuk berpartisipasi uji kebenaran makna data yang diperoleh oleh para peneliti dan ilmuwan dari berbagai bidang. Dengan partisipasi dari semua ilmu pengetahuan dalam menangani masalah akan lebih mudah untuk mengatasi persoalan yang timbul, begitu juga dengan menciptakan bentuk pemeriksaan dan pengawasan syariah yang aplikatif dan syariah.

Tahapan ini sejatinya mengendaki adanya kerjasama para ahli untuk merumuskan konsep bisnis yang bisa diterima tidak hanya untuk Negara tertentu tapi juga pada setiap tempat. Tujuannya adalah agar akselerasi HVC dapat dilaksanakan dengan baik. Terlebih sudah ada riset yang mengungkapkan bahwa hambatan bisnis ketika sudah masuk dalam dunia perdagangan luar negeri yaitu adanya perbedaan standar halalisasi. Hal ini menunjukkan belum adanya rekonsiliasi dan mufakat antar pihak-pihak terkait dan yang berwenang untuk bersama-sama saling berdiskusi dan memaparkan pemikiran dari berbagai disiplin ilmu. Harapannya dengan tahapan ini mampu menciptakan konsep bisnis jangka pandang untuk akselerasi HVC.

3. *Imajinasi kreatif*

Imajinasi kreatif mensintesis dua hal yang berbeda dan kemudian membentuk keutuhan baru, mengatur ulang unsur-unsur adonan konfigurasi lama menjadi sesuatu yang segar dan baru. Dalam imajinasi kreatif tidak hanya harus dilakukan dalam ilmu pengetahuan, tetapi juga dalam menciptakan solusi untuk memecahkan masalah-masalah sosial.

Imajinasi juga disebut aktivitas membayangkan. Secara singkat imajinasi merupakan kemampuan untuk membentuk gambar baru dan sensasi dalam pikiran yang tidak dirasakan melalui indera seperti penglihatan, pendengaran, dan indera lainnya. Imajinasi membantu membuat pengetahuan yang berlaku untuk memecahkan masalah dan merupakan dasar untuk mengintegrasikan pengalaman dan proses pembelajaran.

Kemampuan imajinasi kreatif adalah hasil dari upaya untuk berpikir kreatif dalam menangani sesuatu yang belum pernah dilakukan sebelumnya, itu sebabnya disebut imajinasi. Berimajinasi kreatif, setiap orang memiliki kemampuan untuk itu, dan hasil imajinasi setiap orang berbeda, tergantung pada pendidikan, pengalaman dan pelajaran hidup.

Dalam menghasilkan imajinasi kreatif yang dapat aplikatif, harus ada integrasi dengan kunci sebelumnya yaitu *semipermeable* dan *intersubjective testability*. Dengan integrasi antara variabel tersebut, maka akan menghasilkan imajinasi yang baik. Karena ilmu tersebut akan menjadi petunjuk dalam berimajinasi. Dalam hal ini yaitu ilmu agama yang menjadi dasar dari proses rekonstruksi konsep bisnis *halalan thayyiban* dalam memajukan ekosistem *halal value chain*.

Etika Bisnis Islam dalam *Halal Value Chain*

Etika secara umum dapat didefinisikan sebagai upaya sistemik, meskipun penggunaannya sebagai alasan untuk memahami individu dan sosial, pengalaman moral, sedemikian rupa untuk menentukan peran yang seharusnya mengatur perilaku manusia dan mencapai nilai-nilai yang layak dalam hidup.

Kadang-kadang etika digunakan secara sinonim dengan moralitas. Suatu tindakan yang secara moral benar disebut salah satu etika. Kode moralitas disebut kode etik. Etika bisnis dapat juga didefinisikan sebagai moralitas bisnis. Moralitas adalah tindakan normatif dan model yang harus diikuti dalam perilaku manusia.

Dimensi moralitas dalam Islam sangat banyak dan komprehensif. Moralitas Islam berkaitan dengan semua aspek kehidupan manusia. Ini berkaitan dengan hubungan antara manusia dan Allah,

manusia dengan sesamanya dan unsur-unsur lain dengan makhluk dari alam semesta. Dengan demikian, Muslim harus menjaga perilaku, perbuatan, kata-kata, pikiran, perasaan, dan niat. Tujuannya untuk menciptakan kebajikan. Kerendahan hati, kesederhanaan, kesopanan dan kasih sayang harus menjadi sifat seorang muslim. Prilaku yang buruk seperti kesombongan, kekerasan dan ketidakpedulian, dan lain sebagainya hanya akan menyebabkan murka Allah.

Bentuk moral yang harus ada pada seorang muslim ialah kejujuran dan kesempurnaan. Ia harus memenuhi apa yang dibutuhkan masyarakat dan melakukan tugas-tugas dengan baik. Dia harus mencari ilmu dengan segala cara yang mungkin, memperbaiki kesalahannya, mengembangkan rasa kesadaran sosial yang baik.

Bentuk moralitas dalam Islam termasuk di dalamnya keimanan kepada Allah, ritual keagamaan, ketaatan spiritual, perilaku sosial, pengambilan keputusan, kegiatan intelektual, perilaku konsumsi, kesadaran berbicara, dan semua aspek lain dari kehidupan manusia. Prinsip-prinsip moral dan kode etik yang berulang kali ditekankan dalam Al-Qur'an dan Hadis. Ini membuat sulit untuk merancang klasifikasi yang wajar dari ajaran moral ini dan kode etik. Pada dasarnya nilai-nilai etika dan prinsip-prinsipnya telah tercakup di dalam Al-Qur'an serta Hadis. Di antaranya adalah sebagai berikut (A. Hanafi dan Hamid Salam, 1995):

1. Kejujuran
2. Ketulusan
3. Persaudaraan
4. Ilmu
5. Keadilan

Menurut Beekun, beberapa parameter sistem etika Islam adalah sebagai berikut (Sofyan S. Harahap, 2011) :

1. Setiap keputusan dan tindakan didasarkan pada niat. Niat, tindakan, dan hasil harus halal; niat yang baik, tetapi tindakannya haram tidak berarti halal.
2. Setiap tindakan baik adalah ibadah.
3. Islam memberikan kebebasan kepada setiap orang, tetapi tidak boleh mengorbankan akuntabilitas dan keadilan.
4. Islam mewajibkan setiap orang hanya tunduk kepada Allah Swt., bukan kepada yang lain.
5. Pilihan, keputusan yang benar tidak ditentukan oleh jumlah suara, tetapi ditentukan syariat.
6. Islam adalah sistem yang terbuka pada etika, tidak berorientasi pribadi, dan tidak egois.
7. Kebenaran secara simultan diperoleh dari membaca al-Qur'an dan hukum alam.
8. Islam menyuburkan proses pembersihan terus menerus (*takziyah*) secara partisipatif.

Untuk lebih mengembangkan sistem etika Islam, maka perlu untuk menyelidiki apa aksioma yang memandu filsafat etika Islam. Ada lima aksioma dalam Etika Islam (Rafik Issa Beekun, 1997):

Kesatuan

Kesatuan, sebagaimana tercermin dalam konsep tauhid, adalah dimensi vertikal Islam. menggabungkan menjadi satu kesatuan semua aspek yang homogen dalam kehidupan di dunia seperti: ekonomi, politik, agama, dan sosial, dan menekankan ide konsistensi dan ketertiban secara menyeluruh.

Keseimbangan

Menggambarkan dimensi horizontal Islam, dan berhubungan dengan harmoni semua merangkul di alam semesta. hukum dan ketertiban yang kita lihat di alam semesta mencerminkan keseimbangan ini.

Kebebasan

Manusia telah diberikan akal agar mampu membedakan mana yang baik dan mana yang buruk. Di dalam ayat al-qur'an juga telah disampaikan bahwasannya Tuhan telah memberikan pilihan kepada manusia berupa kebaikan dan keburukan. Tentunya setiap apa yang dipilih memiliki konsekuensi tersendiri. Dengan kebebasan yang diberikan ini, manusia bisa mengeksplor segala sesuatunya di muka bumi ini dengan mempertimbangkan apa dampak positif dan negatif dari apa yang telah mereka perbuat.

Tanggung Jawab

Setelah diberikan kebebasan berbuat apa saja di muka bumi ini, manusia diberi tanggung jawab dari apa yang telah mereka perbuat. Tanggung jawab bukan saja kepada sesama di dunia, melainkan juga tanggung jawab kepada Tuhan di hari akhir kelak. Dengan adanya tanggung jawab maka setiap perbuatan yang dilakukan akan dipertimbangkan secara matang.

Kebaikan

Unsur kebaikan seharusnya ada pada segala aktivitas kehidupan. Hal ini akan memberikan manfaat kepada sesama manusia dan juga lingkungan di sekitarnya. Manfaat dari kebaikan bukan saja dirasakan di dunia tetapi juga manfaat kebahagiaan di akhirat kelak. Kebaikan hendaknya datang dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari pihak lain.

Rekonstruksi Konsep Bisnis Halalan Thayyiban dan Relevansinya pada Akselerasi

Halal Value Chain

Pertengahan tahun 1997 negara Indonesia dilanda krisis moneter. Penyebab utamanya pada mulanya ialah adanya liberalisasi ekonomi Indonesia. Ekonomi tumbuh pesat dengan modal pinjaman/utang luar negeri. Kapitalis-kapitalis baru bermunculan, sehingga terkenal dengan yang pertama disebut dengan *ersatz capitalist* atau pemodal yang menjadi besar seketika karena banyaknya fasilitas dari lingkungannya. Kedua, *bureaucratic capitalist* yaitu pengusaha yang menjadi besar karena adanya jalur-jalur birokrat yang memberi berbagai kemudahan bagi seseorang untuk mendapat proyek dan sumber dana murah. Yang ketiga, *crony capitalist* yaitu pengusaha yang cepat besar karena bantuan dari kerabat-kerabat atau familinya.

Dalam hal *seller's market*, pasar dikuasai oleh penjual, dimana penjual yang berkuasa, ada nuansa monopoli, maka etika bisnis kurang diperhatikan, keadaan *seller's market* ini ditemukan pada negara-negara belum maju, barang dan jasa yang ditawarkan masing-masing langka, saingan belum banyak sehingga konsumen tidak mempunyai pilihan lain kecuali membeli produk yang ada di pasar.

Para produsen tidak memperhatikan selera konsumen dan tidak memberikan servis yang memuaskan. Akibatnya akan timbul konsumerisme. Konsumerisme artinya suatu gerakan protes dari masyarakat konsumen terhadap perlakuan yang tidak memuaskan dan sangat merugikan oleh pihak produsen terhadap konsumen (Buchari Alma, 2003).

Untuk mengatasi konsumerisme yang makin membahayakan, maka pemerintah harus turun tangan menyelesaikan masalah ini dengan mengeluarkan berbagai peraturan yang melindungi konsumen dan memaksakan berlakunya etika dalam bisnis. Pemerintah mengeluarkan berbagai peraturan misalnya hewan harus dipotong di rumah potong resmi, cantumkan label halal, tanggal kedaluwarsa, susu bubuk yang tidak cocok untuk bayi, rokok berbahaya buat kesehatan dan sebagainya. Peraturan-peraturan ini sangat membantu memperbaiki sebagian kecil penerapan etika bisnis di masyarakat.

Regulator atau pembuat kebijakan, dalam hal ini yang paling berperan adalah pemerintah, bertanggung jawab untuk melaksanakan hukum Islam melalui penciptaan lingkungan bisnis syariah dan pasar Islam. Regulator melalui penerbitan pedoman dan praktik terbaik akan mendorong industri terhadap pencapaian tujuan syaria'ah yang mulia di bidang bisnis (Lahsana, 2013).

Saat ini dunia bisnis adalah salah satu hal yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para *kehalifah* di dunia. Dalam perkembangannya tak jarang dunia bisnis saat ini mempengaruhi perekonomian secara besar. Pengaruh tersebut ada yang positif dan negatif.

Dalam kacamata positif, bisnis tentu dapat menjadi salah satu pendapatan bagi negara melalui pajak, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendukung majunya perekonomian. Namun, munculnya berbagai inovasi bisnis saat ini tidak jarang justru mengakibatkan perkembangan yang tidak dapat dikontrol oleh pemerintah yang mengakibatkan justru banyak hal-hal negatif yang tersebar dari banyaknya bisnis.

Banyaknya pengaruh buruk dari bisnis tersebut secara umum dapat berasal dari dua sumber, yang pertama dikarenakan lemahnya kontrol atau regulasi dari pembuat kebijakan dan yang kedua faktor yang

berasal dari luar yaitu lingkungan, budaya, dan lain-lain yang mana hal ini juga sangat sulit dibendung yang membuat bisnis cenderung memenuhi unsur halalitas tapi tidak memenuhi unsur *thayyiban*. Ketika bisnis sudah berdasarkan pada unsur *thayyiban* secara tidak langsung bisnis tersebut juga memiliki fondasi yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

Dalam menciptakan dan menekan pengaruh buruk dari banyaknya bisnis-bisnis yang tidak sesuai etika dan Islam, maka pemerintah selaku pembuat kebijakan harus segera melakukan upaya pencegahan melalui kebijakan atau regulasi terkait hal ini. Kemudian, dengan adanya aturan dari pemerintah diharapkan pihak individu dan keluarga dapat bersama-sama saling mengingatkan, sebagaimana dalam Islam, saling mengingatkan adalah hal yang sangat penting untuk dilakukan. Dengan adanya upaya untuk bersama-sama mencapai kebaikan diharapkan tidak hanya suasana bisnis, tapi semua aspek kehidupan akan berjalan baik dan kondusif.

Upaya untuk menciptakan bisnis yang berorientasi pada nilai-nilai ketuhanan tidak dapat dilalui dengan jalan yang mudah dan cepat. Melainkan, harus melalui beberapa cara terkait bisnis. Dalam bisnis sendiri tidak akan terlepas dari proses produksi, distribusi dan konsumsi. Maka hal, inilah yang harus menjadi perhatian dari pembuat kebijakan demi tercapainya bisnis yang Islami.

Bisnis yang Islami adalah bisnis yang dapat menyelaraskan antara kebutuhan dunia dan akhirat (Isman, 2017). Terkait hal ini, maka hal pertama yang penting yaitu produksi. Dalam hal produksi, pemerintah perlu untuk mempunyai pemahaman yang baik dalam hal produksi dalam arti bahwa pemerintah harus membuat kebijakan yang sesuai dengan etika Islami.

Dalam memproduksi barang atau jasa terkadang para produsen cenderung egois dan bertindak bebas melupakan aturan atau mengabaikan aturan dari pemerintah dan Tuhannya. Dan bahkan, pemerintah telah membuat aturan yang baik, tapi segenap daya dan upaya para pelaku bisnis melanggarnya demi mendapatkan keuntungan bagi dirinya sendiri.

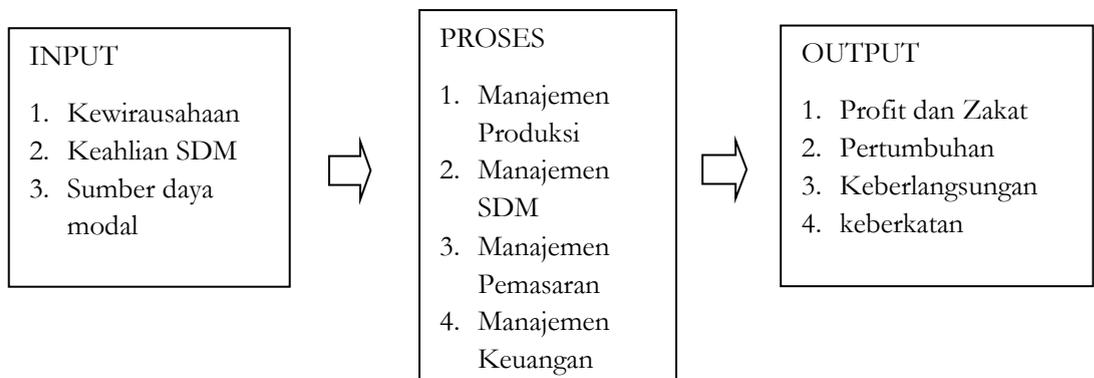
Hal ini tentu bertentangan dengan prinsip etika Islami, dalam melakukan produksi haruslah memperhatikan kehalalan, kebaikan, cara yang baik dan menjunjung tinggi produktifitas. Dalam Islam, terkait dengan produksi, selain aspek kebaikan dan kehalalan dari produk, maka hal yang penting juga yaitu peran pemerintah. Meski tidak selalu dapat bertindak secara langsung. Namun, pemerintah dapat membuat regulasi mengenai produksi.

Peran pemerintah disini harus mampu membuat kebijakan publik yang pantas dalam arti harus memperhatikan kebaikan dalam pandangan Tuhan dan umatnya. Hal ini tentu tidak mudah oleh karenanya dalam Islam seorang pemimpin adalah orang yang tidak sembarang, melainkan harus memenuhi kriteria seperti apa yang Rasulullah contohkan yaitu sifat *siddiq, amanah, fatbanab* dan *tabligh*.

Selain itu, dalam produksi hal yang juga penting yaitu terkait mengenai pemanfaatan sumber daya manusia yang tepat dan pemberian upah yang tepat juga. Produksi dilarang adanya unsur eksploitasi. Sehingga mengelola *input* menjadi *output* merupakan satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Untuk memperjelas pemahaman mengenai hal ini maka dapat diperhatikan gambar di bawah ini.

Gambar 2

Anatomi Sistem Bisnis Islami (Alimin, 2004: 69)



Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa hal yang membedakan antara bisnis Islami dan tidak Islami terletak pada nilai-nilai yang mendasarinya. Nilai-nilai tersebut diantaranya yaitu mengenai *aqidah*, kemudian motivasi Muslim yaitu dunia dan akhirat namun, non-Islami cenderung hanya pada dunia. Hal ini akan digambarkan pada gambar 2. Kemudian dalam kegiatan bisnis dalam Islam mengutamakan keridhaan Allah SWT.

Dalam hal konsumsi, ada beberapa hal yang perlu ditambahkan terkait dengan etika yaitu (Qarhawi, 1997):

1. Menggunakan harta secukupnya;
2. Wajib membelanjakan harta di jalan Allah;
3. Dua motif dalam membelanjakan harta yaitu *fi sabilillah* dan untuk diri dan keluarga.;
4. Islam melarang tindakan *mubazir*, dan hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh Jamal yaitu dalam mengonsumsi sesuatu harus ada alasan yang jelas;
5. Menjauhi berhutang;
6. Menjaga asset yang pokok dan mapan;
7. Sikap sederhana;
8. *Maslabah*.

Persoalan berikutnya terkait distribusi, ditemukan adanya 4 hal penting (Qarhawi, 1997):

1. Upah atau gaji untuk pekerja, yang biasa terjadi, para produsen memeras tenaga para buruh tanpa memberi upah yang seimbang.
2. Keuntungan sebagai imbalan modal yang dipinjam oleh pengelola proyek.
3. Sewa tanah yang digunakan untuk melaksanakan proyek itu.
4. Laba bagi manajer yang mengelola, dan mengurus pelaksanaan proyek, dan sebagai penanggung jawab.

Menurut Yusuf Qardhawi (1997), bahwa dalam distribusi ada dua sendi utama yaitu sendi kebebasan dan keadilan. Kebebasan manusia tidak bersifat mutlak, karena kebebasan mutlak adalah milik Allah SWT. Namun, kebebasan manusia harus diiringi dengan sendi keadilan yaitu adil terhadap Tuhan, manusia, alam, dan seluruh makhluk lainnya.

Kemudian dalam menciptakan bisnis yang sehat dan berorientasi pada bisnis ketuhanan. Maka, perlu adanya upaya pemerintah untuk menekan kompetisi yang sesuai dengan etika. Bukankah dalam Islam setiap Muslim dianjurkan untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, oleh karena itu, seharusnya dalam berbisnis setiap Muslim dapat saling melengkapi dan bahu-membahu demi terciptanya pasar yang harmonis.

Selain yang telah disampaikan dalam artikel tersebut, beberapa tindakan yang dilarang dalam berbisnis diantaranya (Sofyan S. Harahap, 2011):

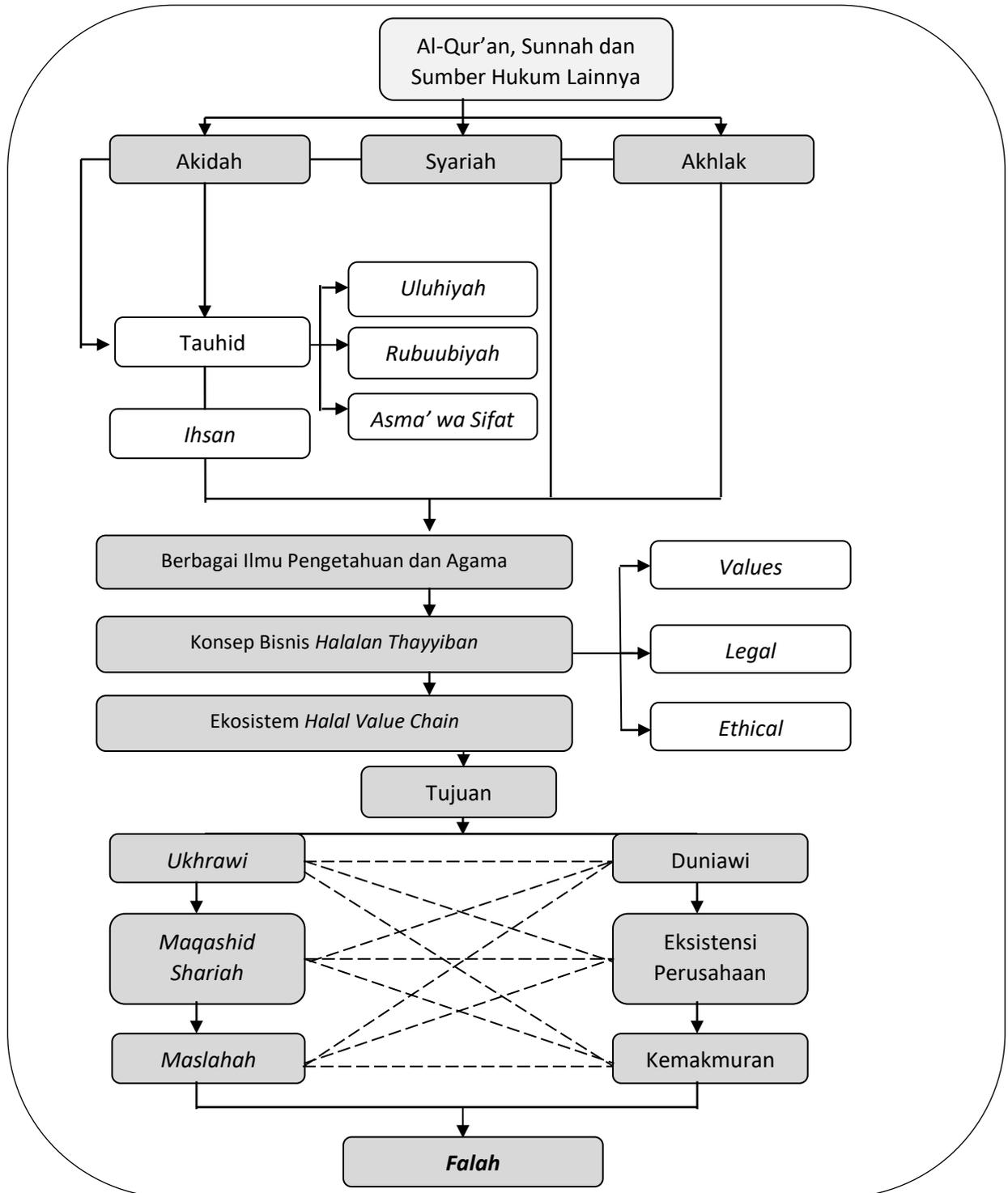
1. Sistem ekonomi ribawi.
2. Mengambil hak dan harta secara batil.
3. Kecurangan dalam hal takaran.
4. Menipu akan kualitas barang dagangan.
5. Melakukan transaksi jual beli barang sebelum masuk pasar atau sebelum penjual mengetahui pasar.
6. Melaksanakan persaingan tidak sehat.
7. Hedonisme yang menjadikan seseorang lupa akan Tuhan.
8. Melakukan berbagai kegiatan spekulasi.

Hal-hal di ataslah yang semestinya menjadi tanggung jawab pemerintah selaku pembuat kebijakan untuk membuat aturan yang relevan dan dapat diaplikasikan. Terlepas dari peran pemerintah, maka penting juga untuk membangun keimanan dalam diri setiap Muslim karena iman akan menjadi penggerak bagi manusia dalam menentukan arah hidupnya. Semua tindakan Muslim sejati adalah wujud nyata dari keimanannya (Fayaz Ahmad, 1988).

Bagi al-Ghazali, bahwa tindakan manusia di dunia ini tidak mengarahkan orang memiliki pahala di

akhirat. Pahala ini sepenuhnya bergantung semata-mata kepada Tuhan. Oleh karena itu, sejatinya tindakan manusia dikarenakan ketaatan terhadap “pembimbing” moral dan rohaninya bagaikan “mayat” di tangan orang yang memandikannya (M. Amin, 2002: 214)

Gambar 3
Kerangka Bisnis Halalan Thayyiban dalam Memajukan Ekosistem Halal Value Chain
(Paradigma Integrasi-Interkoneksi Islami)



Sumber: Bayumi (2018), *Building Integration And Interconnection in Islamic Economic System to Create Islamic Solutions In Solving Social Problems*

Pernyataan al-Ghazali tersebut dapat menjadi renungan bagi siapapun, bahwa setiap tindakan itu sejatinya tergantung ketaatan seseorang. Oleh karenanya dalam menciptakan bisnis yang Islami maka semua pelaku bisnis dan pembuat kebijakan mesti adanya ketaatan kepada Allah SWT. Kemudian jika hal ini susah untuk dicapai maka pemerintah dapat membuat kebijakan mengenai hal ini, karena sebagai pihak yang berwenang pemerintah juga mempunyai tanggung jawab untuk menjadikan masyarakatnya menjadi baik dan beretika.

Bisnis yang berorientasi ketuhanan merupakan bisnis yang menerapkan dan mempunyai landasan filosofis ketuhanan. Oleh karena itu, untuk menciptakan bisnis yang berorientasi ketuhanan diperlukan adanya penanaman nilai-nilai ketuhanan pada bisnis melalui adanya kebijakan yang Islami. Selain itu, peran keluarga sangat penting untuk menciptakan bisnis yang berorientasi pada nilai-nilai ketuhanan. Karena keluarga merupakan wadah utama dan pertama dalam mengajarkan seseorang. Meskipun, faktor lingkungan juga tak kalah penting.

Konsep akan bisnis *halalan thayyiban* ini sangat penting untuk dibahas dikarenakan perkembangan industri halal di tingkat global relatif terus meningkat, baik dari sisi permintaan maupun penawaran. Berbagai negara yang mayoritas non-muslim juga menyadari pentingnya menangkap peluang pasar industri halal sebagai bagian dari perubahan konstelasi perdagangan dunia (Nasution, 2020). Dikarenakan hal tersebut kemudian menjadi sangat penting untuk dikontrol adalah pemerintah harus memastikan agar meningkatnya permintaan dan penawaran produk halal dapat berbanding lurus dengan kemaslahatan masyarakat.

Satu cita-cita yang diharapkan yaitu apabila setiap individu dan keluarga mempunyai kesadaran yang baik dalam hal ketuhanan, maka pemerintah tak perlu bersusah payah dalam menekan dan mengawasi setiap tindakan *syubhat* atau bahkan kejahatan dalam dunia bisnis. Terciptanya dunia bisnis yang Islami bukanlah hal yang tidak mungkin. Semuanya hanya membutuhkan proses saja. Dan proses tersebut dapat dimulai dari dua hal yaitu diri sendiri yang mana hal ini akan membuat perubahan dari bawah ke atas, dan yang ke dua yaitu pemerintah menjadi dan memberikan teladan dan menciptakan kebijakan (memenuhi *maqashid syari'ah*), yang mana ini dapat membuat perubahan dari atas ke bawah. Dengan adanya upaya simultan dari dua elemen tersebut maka akan mempermudah terciptanya dunia bisnis yang Islami di masa mendatang.

KESIMPULAN

Rekonstruksi konsep bisnis *halalan thayyiban* melalui penguatan integrasi-interkoneksi dalam memajukan ekosistem *Halal Value Chain* (HVC) pada akhirnya mengarahkan kepada semua yang terlibat di dalam ekosistem HVC untuk menyadari dan memahami bahwa konsep bisnis *halalan thayyiban* bertujuan untuk mempromosikan bisnis yang berketuhanan dan bertujuan untuk mencapai *falah*, sehingga tujuan dari berbisnis tidak hanya berorientasi pada hal-hal yang bersifat duniawi melainkan juga berorientasi akan kemenangan akhirat. Dengan penerapan konsep bisnis yang berketuhanan akan membantu percepatan ekosistem *Halal Value Chain* yang dapat memberikan fondasi pada terlibatnya berbagai disiplin ilmu dalam dunia bisnis yang tidak hanya bertujuan pada kuantitas dari persentase kemajuan bisnis semata, tapi lebih menekankan akan pentingnya kemajuan kualitas bisnis secara jangka panjang yang berimplikasi pada kesejahteraan, kesehatan dan kemakmuran masyarakat luas.

Penguatan paradigma integrasi dan interkoneksi bertujuan untuk mendorong kemajuan bisnis *halalan thayyiban* yang tidak parsial, sehingga tidak hanya bersandar pada nilai-nilai atau ilmu bisnis saja, melainkan melibatkan berbagai pendekatan ilmu dan agama, sehingga terciptanya standar bisnis yang sesuai dengan etika Islam terlebih hal ini akan memberikan dampak yang revolusioner. Pengalaman menghadapi pandemi seharusnya menjadikan setiap manusia menjadi lebih menyadari akan pentingnya sehat. Yang mana hal ini juga harus dibantu oleh pihak berwenang dalam mengontrol dan memeriksa

distribusi produk yang tidak hanya enak dan aman, tapi mampu memberi manfaat dan nutrisi yang berguna untuk manusia hal inilah yang dapat dimulai dari mengkonsumsi produk halal dan *thayyib*.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Hanafi dan Hamid Salam. (1995). *Business Ethics: An Islamic Perspective*. Qazi.
- Ahla, A., Hulaify, A., Iman, H., & Budi, S. (2020). *Strategi Pengembangan Ekonomi Syari'ah Melalui Penguatan Halal Value Chain (Studi Kasus pada Industri Pariwisata Halal di Kota Banjarbaru)*. 2.
- Amin Abdullah. (2014). *Agama Ilmu dan Budaya: Kontribusi Paradigma Integrasi dan Interkoneksi Ilmu dalam Menghadapi Isu-isu Islamic Studies Kontemporer*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Bayumi, M. R., & Jaya, R. A. (2018). BUILDING INTEGRATION AND INTERCONNECTION IN ISLAMIC ECONOMIC SYSTEM TO CREATE ISLAMIC SOLUTIONS IN SOLVING SOCIAL PROBLEMS. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 7(1), 59–80. <https://doi.org/10.22373/SHARE.V7I1.2293>
- Buchari Alma. (2003). *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*. Alfabeta.
- Dewi, N. Y. S., & Agustina, A. (2021). HALALAN TOYYIBAN: THEORY AND IMPLEMENTATION OF FOOD PRODUCTS CONSUMERS. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 4(1), 179–189. <https://doi.org/10.31538/IIJSE.V4I1.1425>
- Dzikrulloh, D., & Koib, A. (2020). Implementation Of Halal Value Chain In Business In Islamic Boarding Schools. *Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 7(2), 1–13. <https://doi.org/10.21107/DINAR.V7I2.11250>
- Euis Amalia. (2020). *Ekonomi Islam di Indonesia Perlu Dikembangkan Secara Holistik dan Integratif*. Berita UIN Online.
- Fahmi Arrauf Nst, I. (2018). PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK (Studi Kasus: Mahasiswi FEBI IAIN Langsa). *Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2–7.
- Fayaz Ahmad. (1988). *Work Motivation in Organization Setting: An Islamic Perspective*, *Islamic Principles of Business Organisation and Management*. Qazi.
- Hasan Basri Jumin. (2012). *Sains dan Teknologi dalam Islam: Tinjauan Genetis dan Ekologis*. Raja Grafindo Persada.
- Hashom, H., Ariffin, A. S., Sabar, R., & Ahmad, H. (2020). HALAL-LOGISTICS VALUE CHAIN ON FIRM PERFORMANCES: A CONCEPTUAL FRAMEWORK. *International Journal on Food, Agriculture and Natural Resources*, 1(2), 8–14. <https://doi.org/10.46676/IJ-FANRES.V1I2.10>
- Holmes Rolston III. (1987). *Science and Religion: A critical survey*. Random House, Inc.
- Ibrahim, I., Dzulhaizat, M., Zawahair, M., & Makhbol, B. M. (2018). Halal Sustainable Supply Chain Model : A Conceptual Framework. *Advances in Transportation and Logistics Research*, 488–503.
- Isman, A. F. (2017). Pengaruh Kepribadian Islami, Akses Informasi, Dan Inovasi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis (Studi Usaha Penyulingan Minyak Daun Cengkeh Kabupaten Sinjai). *JEKSYAH :Islamic Economics Journal*, 2(1), 12–22.
- Jarot Wahyudi. (2003). *Menyatukan Kembali Ilmu-ilmu Agama dan Umum*. Yogyakarta: SUKA-Press.
- Jatim, T. (2018). *Gula Rafinasi Beredar di Pasar, Sekretariat Nasional Jokowi Jatim Angkat Bicara*. Tribun JATIM.
- Johan, E. (2018). NEW CHALLENGES IN ASEAN REGIONAL MARKET: INTERNATIONAL TRADE FRAMEWORK ON HALAL STANDARD. *Jurnal Dinamika Hukum*, 18(1), 93–102. <https://doi.org/10.20884/1.JDH.2018.18.1.809>
- Lahsana, A. (2013). *Maqasid al-Shariah In Islamic Finance*. IBFIM.
- Nasution, L. Z. (2020). Penguatan Industri Halal bagi Daya Saing Wilayah : Tantangan dan Agenda Kebijakan. *Journal of Regional Economics Indonesia*.
- Nugroho, A. J. S., Andadari, R. K., & Aribowo, E. K. (2018). SUPPLY CHAIN AND PURCHASING BEHAVIOR OF HALAL CHICKEN MEAT. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 7(2), 146–179. <https://doi.org/10.22373/SHARE.V7I2.3493>
- Nur Ichwan dan Ahmad Muttaqin. (2012). *Agama dan Perdamaian: Dari Potensi Menuju Aksi*. CR-Peace.
- Nuraini, N. (2018). Halalan Thayyiban Alternatif Qurani Untuk Hidup Sehat. *Jurnal Ilmiah Al-Mu'asbirah: Media Kajian Al-Qur'an Dan Al-Hadits Multi Perspektif*, 15(1), 82–93.

- <https://doi.org/10.22373/JIM.V15I1.5460>
- Qarhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insani Press.
- Rafik Issa Beekun. (1997). *Islamic Business Ethics*. The International Institute of Islamic Thought.
- Setiawan, H. (2020). KARAKTERISTIK MAKANAN HALALAN THAYYIBAN DALAM AL-QUR'AN. *Halalan Thayyiban : Jurnal Kajian Manajemen Halal Dan Parwisata Syariah (Journal of Halal Management, Sharia Tourism and Hospitality Studies)*, 3(2), 40–54.
- Sofyan S. Harahap. (2011). *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Salemba Empat.
- Subianto, & Pratiwi. (2018). Rantai nilai dan perspektif kesadaran masyarakat muslim akan makanan halal. *Journal.Uii.Ac.Id*, 1, 141–146.
- Trimulato. et al. (2022). The Role Halal Industry THE ROLE HALAL INDUSTRY TO SUPPORT SUSTAINABLE DEVELOPMENT. *Annual Conference on Islamic Economy and Law*, 1(1).
- Trimulato, T. (2021). Linkage Sharia Banking and Sharia Fintech to Support Halal Industry in Indonesia. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 1, 138–151. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.15>
- Waharini, F. M., & Purwantini, A. H. (2018). Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.1-13>