



PRODUK HALAL SEBAGAI INSTRUMEN PEMBENTUKAN KARAKTER : TINJAUAN USHUL FIQIH

Husni Rofiq, Nadhir Muammar

UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email husni.rofiq@uinsgd.ac.id, nadhir.muammar@uinsgd.ac.id

ABSTRACT

This research aims to analyze the concept of halal from the perspective of Ushul Fiqh and its normative, ethical, and spiritual functions in human life. Furthermore, this study examines the mechanism of halal products as an instrument for character building through the integration of ushuliyah values. The research method employed is descriptive qualitative through library research. Primary data are sourced from classical Ushul Fiqh literature, halal regulations, and related fatwas, while secondary data are obtained from supporting books and journal articles. Data analysis was conducted inductively using content analysis. The results indicate that the concept of halal in Ushul Fiqh does not only determine the legal validity of a product but also serves as a means of moral education. The integration of the principles of maqāṣid al-syarī'ah, al-amr wa al-nahy, and sadd al-dharī'ah explains that the consumption of halal products directly contributes to spiritual clarity, discipline, and individual responsibility. Socially, the halal industry fosters a culture of trustworthiness (amanah) and integrity, positioning the role of halal as fundamental in shaping the character of both individuals and society.

Keywords: Character Building, Halal, Maqāṣid al-syarī'ah, Ushul Fiqh

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep halal dalam perspektif Ushul Fiqh serta fungsinya secara normatif, etis, dan spiritual dalam kehidupan manusia. Selain itu, studi ini mengkaji mekanisme produk halal sebagai instrumen pembentukan karakter melalui integrasi nilai-nilai ushuliyah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan jenis studi kepustakaan (*library research*). Data primer bersumber dari literatur Ushul Fiqh klasik, regulasi halal, dan fatwa terkait, sementara data sekunder diperoleh dari buku dan artikel jurnal pendukung. Analisis data dilakukan secara induktif dan menggunakan analisis isi (*content analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep halal dalam Ushul Fiqh tidak hanya menetapkan keabsahan hukum suatu produk, tetapi juga berperan sebagai sarana pendidikan moral. Integrasi prinsip *maqāṣid al-syarī'ah*, *al-amr wa al-nahy*, dan *sadd al-dharī'ah* menjelaskan bahwa konsumsi produk halal berkontribusi langsung terhadap kejernihan hati, kedisiplinan, dan tanggung jawab individu. Secara sosial, industri halal menumbuhkan budaya amanah dan integritas, sehingga peran halal menjadi fundamental dalam pembentukan karakter individu maupun masyarakat yang berintegritas.

Kata Kunci: Pembentukan Karakter, Halal, *Maqāṣid al-Syarī'ah*, Ushul Fiqh

PENDAHULUAN

Perkembangan industri halal pada dekade terakhir tidak hanya menghadirkan dinamika ekonomi, tetapi juga memunculkan isu epistemologis terkait dasar keagamaan, perilaku etis, dan pembentukan karakter masyarakat Muslim. Di tengah meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kehalalan produk, muncul persoalan mendasar: sejauhmana konsep halal berfungsi bukan hanya sebagai standar hukum, tetapi juga sebagai instrumen pembentuk karakter manusia. Dalam perspektif Ushul Fiqh, halal memiliki dimensi normatif, etis, dan spiritual yang dapat memengaruhi akhlak serta perilaku sosial (Vristiyana, 2019). Namun, isu ini belum banyak dikaji secara komprehensif sebagai satu kesatuan konsep yang menghubungkan produk halal, karakter manusia, dan pendekatan metodologis Ushul Fiqh. Akibatnya, ruang konseptual untuk menegaskan halal sebagai instrumen pembinaan karakter masih berserakan dalam kajian-kajian tematik yang terpisah.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas aspek yang berkaitan secara parsial. *Pertama*, beberapa studi fokus pada hubungan antara kepatuhan syariah dalam konsumsi dan penguatan akhlak individu, menunjukkan bahwa pemilihan makanan halal berkelindan dengan pembentukan kepribadian religius serta sensitivitas moral. *Kedua*, penelitian mengenai *maqāṣid al-syarī'ah* dalam industri halal menjelaskan bahwa perlindungan agama, jiwa, dan akal menjadi landasan etis yang mendorong perilaku manusia menuju kebaikan. *Ketiga*, studi tentang perilaku konsumen Muslim menegaskan bahwa keputusan memilih produk halal tidak semata-mata rasional-ekonomis, tetapi dipengaruhi nilai etis, rasa tanggung jawab, dan kesadaran spiritual. *Keempat*, penelitian tentang etika bisnis syariah memperlihatkan bahwa rantai pasok halal memiliki potensi menumbuhkan budaya amanah, transparansi, dan kejujuran. *Kelima*, sejumlah kajian fiqh dan Ushul Fiqh menunjukkan bahwa perintah untuk mengonsumsi yang halal (*al-halāl*) dan baik (*al-tayyib*) memiliki fungsi *tazkiyah*, yakni pensucian jiwa, yang secara langsung berkaitan dengan pembentukan karakter.

Walaupun lima studi tersebut membuka ruang pemahaman yang kuat, semuanya masih berdiri sebagai penelitian sektoral yang belum memformulasikan konsep terpadu mengenai halal sebagai instrumen pembentukan karakter. Penelitian tentang konsumsi halal hanya menyoroti aspek perilaku konsumen tanpa menggali landasan epistemologis Ushul Fiqh. Kajian *maqāṣid al-syarī'ah* sering bergerak pada level makro kebijakan, tetapi belum mengaitkannya secara detail dengan karakter individu. Demikian pula, kajian etika bisnis syariah lebih menyoroti aktor industri daripada konsumen sebagai subjek transformasi moral. Ada celah konseptual yang menuntut penjelasan lebih integratif: bagaimana halal, yang berakar dari metodologi Ushul Fiqh, dapat dijelaskan sebagai mekanisme pembentuk karakter manusia pada level personal dan sosial.

Gap penelitian muncul karena belum adanya kajian yang secara langsung menempatkan halal sebagai instrumental value dalam pembentukan karakter melalui analisis epistemologis Ushul Fiqh. Sebagian besar studi lebih menekankan halal sebagai regulasi, standar industri, atau preferensi konsumen, sehingga dimensi transformasi moral belum terangkat sebagai tema utama. Padahal, dalam tradisi Ushul Fiqh, persyaratan halal memiliki implikasi komprehensif yang mencakup penyucian sifat batiniah, pembentukan kebiasaan baik, dan penjagaan moral publik. Kurangnya kajian yang menjahit aspek hukum, etika, dan perilaku ini menjadi alasan urgennya penelitian baru.

Novelty penelitian ini terletak pada upaya memperluas perspektif halal dari sekadar penetapan status hukum menuju pemahaman mengenai perannya sebagai instrumen pembentukan karakter berbasis metodologi Ushul Fiqh. Penelitian ini tidak hanya membahas kehalalan produk secara normatif, tetapi juga menafsirkan prinsip-prinsip Ushul Fiqh — seperti *maqāṣid al-syarī'ah*, *sadd al-dharrī'ah*, *istihsān*, dan *al-amr wa al-nahy* sebagai kerangka yang memetakan mekanisme nilai halal dalam membentuk perilaku etis manusia (Badrud Tamam dkk., 2022). Dengan demikian, penelitian ini menawarkan pendekatan integratif yang belum banyak dieksplorasi sebelumnya.

Dampak penelitian ini signifikan baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya wacana Ushul Fiqh melalui penegasan bahwa konsep halal tidak berhenti pada status hukum, tetapi juga bekerja sebagai perangkat pendidikan moral. Secara praktis, temuan penelitian dapat menjadi dasar dalam merancang kebijakan industri halal, kurikulum pendidikan karakter berbasis konsumsi halal, serta strategi dakwah yang lebih kontekstual. Pada akhirnya, memperkuat pemahaman halal sebagai instrumen pembentukan karakter dapat membantu membangun masyarakat yang lebih berintegritas, beretika, dan selaras dengan tujuan syariah.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena fokus utamanya adalah memahami konsep produk halal sebagai instrumen pembentukan karakter melalui perspektif Ushul Fiqh. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali makna, nilai, dan argumentasi normatif yang terkandung dalam prinsip-prinsip Ushul Fiqh serta menginterpretasikan bagaimana konsep halal bekerja dalam membentuk perilaku dan karakter manusia. Metode deskriptif dipilih karena penelitian tidak bertujuan menguji hipotesis, tetapi memaparkan, menjelaskan, dan menafsirkan fenomena normatif berdasarkan data tekstual dan pemikiran para ulama (Fadli, 2021). Dengan demikian, penelitian ini mengarahkan analisis pada pemaknaan mendalam terhadap konsep halal, *maqāṣid al-syarī'ah*, dan prinsip-prinsip ushuliyah sebagai dasar pembentukan karakter yang terintegrasi.

Sumber data penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer meliputi karya-karya Ushul Fiqh yang menjadi rujukan otoritatif, seperti *al-Mustashfā* karya al-Ghazālī, *al-Muwāfaqāt* karya al-Syātībī, *Jam'ū al-Jawāmi*

karya Tajuddin al-Subkī, dan literatur fikih klasik maupun kontemporer yang membahas halal, al-ṭayyib, serta dimensi etis konsumsi dalam Islam. Selain itu, dokumen resmi terkait standar halal seperti fatwa MUI, regulasi BPJPH, serta pedoman LPPOM juga digunakan sebagai data primer karena menjadi landasan operasional kehalalan produk modern (Shodiq dkk., 2025). Data sekunder mencakup buku-buku pendukung, artikel jurnal internasional maupun nasional, laporan penelitian, serta studi-studi empiris tentang industri halal, perilaku konsumen Muslim, dan pendidikan karakter. Seluruh data ini membantu memperkaya interpretasi dan memberikan konteks bagi analisis Ushul Fiqh dalam pembentukan karakter.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (library research). Peneliti menelusuri, membaca, mencatat, dan mengkaji berbagai sumber primer dan sekunder yang relevan dengan tema penelitian. Proses ini mencakup penelusuran literatur klasik Ushul Fiqh, hasil penelitian sebelumnya, regulasi halal, serta artikel akademik yang mendukung pemahaman konsep halal dan karakter. Studi kepustakaan dipilih karena permasalahan penelitian bersifat normatif-konseptual, sehingga data utama berasal dari teks dan pemikiran para ulama. Selain itu, teknik dokumentasi digunakan untuk mengklasifikasi dan mengorganisasi data berdasarkan tema seperti prinsip halal, etika konsumsi, pembentukan karakter, dan *maqāṣid al-syarī'ah*.

Teknik analisis data menggunakan analisis isi (content analysis) dan analisis induktif. Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi konsep, prinsip, dan argumentasi Ushul Fiqh yang berkaitan dengan halal dan karakter. Data dari teks-teks primer dibaca berulang, dikodekan, kemudian dipetakan berdasarkan kesesuaian tematik. Analisis induktif dilakukan untuk menarik kesimpulan umum dari data-data spesifik, terutama dalam menafsirkan hubungan antara prinsip halal dan pembentukan karakter. Kombinasi kedua teknik ini memungkinkan peneliti membangun pemahaman komprehensif mengenai bagaimana konsep halal, melalui kerangka Ushul Fiqh, berfungsi sebagai instrumen normatif dan etis dalam membentuk karakter manusia.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Konsep Halal dalam Perspektif Ushul Fiqh: Terkait Fungsi Normatif, Etis, dan Spiritualnya

Konsep halal dalam Islam tidak hanya berfungsi sebagai penetapan status hukum terhadap suatu produk, tetapi juga memiliki dimensi etis, spiritual, dan sosial yang sangat kuat dalam pembentukan karakter manusia. Melalui pendekatan Ushul Fiqh, halal dipahami sebagai bagian dari mekanisme pendidikan moral yang dirancang syariah untuk menjaga kemurnian jiwa, integritas perilaku, serta kualitas hubungan sosial. Pembahasan ini menjelaskan bagaimana prinsip-prinsip *ushuliyah*, *maqāṣid al-syarīah*, dan etika konsumsi membentuk suatu kerangka konseptual yang menunjukkan peran halal sebagai instrumen transformasi karakter.

Perspektif Ushul Fiqh, perintah untuk mengonsumsi yang halal dan baik (*al-halāl wa al-tayyib*) bukan sekadar instruksi legal, tetapi merupakan bentuk *tarbiyah syar'iyah* (pendidikan *syar'i*) yang bertujuan menjaga kebersihan batin dan memperkuat integritas moral (Khairanis & Aldi, 2025). Imam al-Ghazālī menegaskan bahwa makanan halal merupakan faktor penting dalam pembentukan perilaku, karena apa yang dikonsumsi seseorang akan berpengaruh pada kejernihan hati, ketajaman spiritual, dan kualitas ibadah (Yanti, 2023). Temuan ini mengindikasikan bahwa konsep halal memiliki keterhubungan yang erat dengan akhlak, sehingga pilihan konsumen bukan hanya berdimensi ekonomi tetapi juga moral-spiritual. Karakter seseorang dibangun melalui proses pengulangan perilaku, dan perilaku memilih yang halal adalah bagian dari disiplin diri yang merawat konsistensi nilai.

Dari sudut pandang *maqāṣid al-syarīah*, penelitian ini menemukan bahwa halal berfungsi menjaga lima tujuan utama syariah: agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam konteks pembentukan karakter, perlindungan terhadap agama (*hifz al-dīn*) dan akal (*hifz al-'aql*) memiliki peran kunci. Produk halal menjaga akal seseorang dari sesuatu yang merusak kesadaran dan kemampuan berpikir jernih. Selain itu, makanan yang halal dan baik menumbuhkan religiusitas yang sehat melalui keterhubungan antara perilaku konsumsi dengan nilai-nilai ibadah. Penelitian menunjukkan bahwa internalisasi *maqāṣid* dalam praktik konsumsi mendorong seseorang membangun karakter yang bertanggung jawab, berhati-hati, dan menjunjung nilai kebaikan dalam kehidupannya.

Dalam kerangka *al-amr wa al-nahy* (perintah dan larangan), penelitian menemukan bahwa perintah untuk mengonsumsi yang halal dan larangan mengonsumsi yang haram merupakan bentuk pengendalian moral yang mengarahkan manusia kepada kebaikan (*al-maṣlaḥah*) dan menjauhkannya dari keburukan (*al-mafṣadah*). Ushul Fiqh menjelaskan bahwa setiap perintah dalam syariah mengandung nilai pendidikan karakter, karena ia melatih ketaatan, kesabaran, dan kesediaan untuk tunduk pada nilai yang lebih tinggi daripada kepentingan pribadi (Wijayanti & Meftahudin, 2018). Konsumsi produk halal, karena itu, bukan sekadar pilihan praktis, tetapi juga latihan spiritual yang memperkuat komitmen moral seseorang. Hal ini menegaskan bahwa halal berfungsi sebagai sarana habituasi etis yang membentuk kepribadian seseorang secara bertahap.

Penelitian juga mengidentifikasi peran prinsip *sadd al-dharīah* (menutup jalan menuju kerusakan) dalam pembentukan karakter melalui konsumsi halal. Prinsip ini bekerja dengan memastikan bahwa setiap aspek konsumsi tidak mengarah kepada tindakan yang merusak akhlak atau nilai sosial. Misalnya, larangan terhadap produk yang mendatangkan bahaya fisik atau moral merupakan upaya syariah menjaga manusia dari kebiasaan buruk yang dapat memengaruhi wataknya. Dengan menerapkan prinsip ini pada konteks industri halal modern, penelitian menunjukkan bahwa kejelasan rantai pasok, transparansi proses, dan jaminan kehalalan menyediakan lingkungan yang mendukung terbentuknya budaya amanah, tanggung jawab, dan kejujuran — nilai-nilai inti dalam pembentukan karakter.

Selain itu, penelitian menemukan bahwa konsep halal tidak dapat dipisahkan dari nilai *al-tayyib* (kebaikan, kualitas, kebersihan). Dalam banyak literatur Ushul Fiqh, halal dan tayyib dipandang sebagai dua sisi yang menyatu (Badrud Tamam dkk., 2022). Mengonsumsi yang halal tetapi tidak tayyib tidak dianggap memenuhi tujuan syariah secara utuh. Hal ini memperluas pemahaman bahwa pembentukan karakter melalui halal tidak hanya menyentuh aspek legalitas produk, tetapi juga kualitas moral dari proses produksinya. Konsumen yang menghayati prinsip *halal-tayyib* akan mengembangkan sensitivitas etis terhadap apa yang ia konsumsi, bagaimana produk itu dibuat, dan dampaknya terhadap kesehatan, lingkungan, serta masyarakat. Sensitivitas inilah yang berkontribusi langsung pada pembentukan karakter yang peduli, kritis, dan bertanggung jawab.

Temuan lain menunjukkan bahwa industri halal secara struktural juga memainkan peran dalam pembentukan karakter sosial. Praktik halal yang diterapkan secara komprehensif dalam produksi makanan, kosmetik, obat-obatan, dan jasa

keuangan mendorong budaya kepatuhan terhadap standar etis dan hukum syariah (Soegianto & Widyani, 2024). Karyawan, produsen, distributor, hingga konsumen terlibat dalam sistem nilai yang menuntut integritas, amanah, kejujuran, dan akuntabilitas. Dengan kata lain, halal menciptakan lingkungan moral yang dapat membentuk karakter banyak pihak sekaligus, bukan hanya individu yang mengonsumsi produknya. Penelitian menemukan bahwa ketika halal dijadikan pedoman oleh seluruh aktor industri, tercipta ruang sosial yang memupuk karakter kolektif yang lebih baik.

Secara konseptual, penelitian ini menegaskan bahwa halal merupakan instrumen pembentukan karakter yang bekerja melalui tiga mekanisme utama. *Pertama*, mekanisme normatif, yaitu ketentuan syariah yang mengatur konsumsi dan memberikan batas jelas antara yang boleh dan yang tidak boleh. *Kedua*, mekanisme etis-spiritual, yaitu internalisasi nilai halal sebagai bagian dari penyucian jiwa dan pengembangan kesadaran moral. *Ketiga*, mekanisme sosial-struktural, yaitu terciptanya ekosistem industri halal yang mengajarkan praktik bisnis yang berlandaskan nilai etis. Ketiga mekanisme ini saling mendukung dan menciptakan pengaruh berlapis pada pembentukan karakter.

Dengan demikian, melalui analisis Ushul Fiqh, penelitian ini menunjukkan bahwa halal bukan hanya hukum konsumsi, melainkan instrumen pendidikan karakter yang bekerja secara komprehensif. Halal membentuk cara berpikir, membiasakan perilaku baik, menguatkan nilai moral, dan menciptakan lingkungan sosial yang berintegritas. Pemahaman ini membuka ruang baru untuk melihat halal bukan sekadar label produk, tetapi sebagai proses pembentukan manusia yang lebih baik sesuai tujuan syariah.

Produk Halal sebagai Instrumen Pembentukan Karakter menurut Prinsip-prinsip Ushul Fiqh

Produk halal memainkan peran yang sangat strategis dalam pembentukan karakter manusia melalui berbagai mekanisme yang berakar pada prinsip-prinsip Ushul Fiqh. Mekanisme tersebut tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan hukum syariah, tetapi juga menyentuh dimensi etis, spiritual, psikologis, dan sosial yang memiliki dampak langsung terhadap pembentukan kepribadian. Analisis data dari literatur Ushul Fiqh klasik dan kontemporer menunjukkan adanya konstruksi

metodologis yang memungkinkan konsep halal berfungsi sebagai instrumen pendidikan moral yang berjalan secara bertahap dan komprehensif.

a. Mekanisme Normatif melalui Kerangka al-Amr wa al-Nahy
(Perintah dan Larangan)

Penelitian menunjukkan bahwa mekanisme pertama yang membentuk karakter melalui produk halal bersumber dari prinsip dasar dalam Ushul Fiqh, yaitu perintah (al-amr) dan larangan (al-nahy) (Wijayanti & Meftahudin, 2018). Ketika syariah memerintahkan manusia untuk mengonsumsi yang halal dan melarang yang haram, perintah tersebut tidak hanya menegakkan ketertiban hukum, tetapi juga melatih ketaatan, pengendalian diri, dan komitmen terhadap nilai yang lebih tinggi. Karakter yang terbentuk dari kepatuhan terhadap halal tidak terjadi secara instan, tetapi melalui pengulangan perilaku memilih yang halal dan menjauhi yang haram.

Dalam literatur Ushul Fiqh, al-Ghazālī dan al-Syātibī menjelaskan bahwa perintah syariah secara implisit memiliki fungsi tarbawi (pendidikan). Seseorang yang terbiasa mengikuti perintah halal akan membangun disiplin diri (self-discipline) yang menjadi fondasi karakter baik. Sebaliknya, menjauhi yang haram melatih kemampuan menahan diri (self-restraint), yang merupakan nilai inti dalam pengendalian moral. Temuan penelitian menegaskan bahwa mekanisme perintah-larangan ini membentuk karakter melalui proses kognitif (pemahaman hukum), afektif (kesadaran moral), dan psikomotorik (perilaku memilih halal).

b. Mekanisme Maqāṣid al-Syari'ah sebagai Penjaga Kebaikan Diri dan Masyarakat

Analisis penelitian menunjukkan bahwa mekanisme kedua terletak pada *maqāṣid al-syarī'ah* (tujuan-tujuan syariah), terutama pada perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Ketika seseorang mengonsumsi produk halal, ia tidak hanya menjaga dirinya dari bahaya fisik, tetapi juga dari kerusakan akal dan moral. Konsumsi yang halal dan *tayyib* (baik) mendukung terbentuknya akal yang sehat dan hati yang bersih, dua unsur yang sangat penting dalam menumbuhkan karakter mulia (Vristiyana, 2019).

Dalam konteks pembentukan karakter, penelitian menemukan bahwa *maqāṣid* bekerja sebagai mekanisme internalisasi nilai. Dengan menyadari bahwa halal bertujuan menjaga kemaslahatan, seseorang akan melihat perilaku konsumtifnya

sebagai bagian dari ibadah dan tanggung jawab moral. Kesadaran ini memunculkan karakter seperti amanah, kehati-hatian, rasa syukur, dan tanggung jawab sosial. Semakin kuat internalisasi maqāsid, semakin kuat pula karakter yang terbentuk melalui kebiasaan mengonsumsi produk halal.

c. Mekanisme Penyucian Jiwa (Tazkiyah al-Nafs) melalui Konsumsi Halal

Mekanisme spiritual merupakan aspek paling dominan dalam membentuk karakter melalui halal. Dalam banyak karya Ushul Fiqh dan tasawuf, makanan halal dipandang sebagai faktor yang mempengaruhi kondisi spiritual seseorang. Hati yang bersih dan jiwa yang tenang sulit dicapai bila makanan yang dikonsumsi berasal dari sumber yang tidak halal. Konsumsi halal melahirkan benih amal saleh, sedangkan yang haram merusak spiritualitas dan memunculkan karakter buruk (Yanti, 2023).

Penelitian menunjukkan bahwa *tazkiyah al-nafs* melalui halal bekerja dalam dua bentuk: *pertama*, penyucian diri dengan menghindari yang haram; kedua, penguatan kebaikan melalui kebiasaan memilih yang halal. Kedua aspek ini memperkuat nilai kejujuran, kesederhanaan, dan kesucian moral. Mekanisme ini relevan terutama dalam pembentukan karakter spiritual seperti rendah hati, sabar, dan bersyukur.

d. Mekanisme Habitiasi Etis (Ta'awwud) melalui Kebiasaan Konsumtif yang Benar

Hasil penelitian menegaskan bahwa kebiasaan merupakan elemen penting dalam pembentukan karakter. Dalam Ushul Fiqh, ada prinsip al-'ādah muḥakkamah (kebiasaan yang baik dapat menjadi dasar hukum) (Wijayanti & Meftahudin, 2018). Konsumsi halal yang dilakukan secara konsisten menciptakan habituasi positif. Ketika seseorang secara sadar memilih produk halal, ia sedang melatih dirinya pada pola perilaku yang bertanggung jawab, disiplin, dan berorientasi kebaikan.

Penelitian menunjukkan bahwa habituasi konsumtif ini memiliki dampak jangka panjang, terutama dalam membentuk pola pikir. Individu yang terbiasa dengan halal berkembang menjadi pribadi yang hati-hati dalam segala aspek kehidupan, tidak hanya dalam makanan. Sedikit demi sedikit, karakter positif seperti amanah, kehati-hatian, dan etika kerja terbentuk secara otomatis melalui mekanisme pembiasaan.

e. Mekanisme Sosial-Struktural melalui Ekosistem Industri Halal

Pembentukan karakter tidak hanya terjadi pada tingkat individu, tetapi juga pada tingkat sosial. Ekosistem industri halal yang menuntut transparansi, kejujuran, akuntabilitas, dan kualitas menjadi ruang pendidikan moral bagi seluruh aktor: produsen, distributor, auditor halal, dan konsumen.

Melalui mekanisme struktural ini, industri halal mendorong munculnya karakter amanah (*trustworthiness*), profesional, dan berintegritas. Proses sertifikasi, audit, dan pengawasan halal mengharuskan produsen menjaga proses produksi dari manipulasi dan ketidakjujuran (Dede Al Mustaqim, 2023). Konsumen pun belajar untuk bersikap selektif, kritis, dan bertanggung jawab. Dengan demikian, halal bukan hanya membentuk karakter individu, tetapi juga budaya moral suatu masyarakat.

f. Mekanisme Rasional-Etis melalui Pertimbangan Aqliyyah dalam Ushul Fiqh

Ushul Fiqh tidak hanya bersandar pada teks (*naṣṣ*), tetapi juga rasionalitas (*al-‘aql*). Penelitian menemukan bahwa mekanisme rasional-etis bekerja ketika seseorang memahami alasan (*‘illah*) di balik ketentuan halal-haram. Ketika individu memahami bahwa halal bertujuan mencegah bahaya dan memaksimalkan manfaat, ia akan mengembangkan karakter kritis, logis, dan bijak.

Pemahaman *‘illah* hukum memperkuat akhlak karena seseorang tidak hanya berbuat benar karena “diperintah”, tetapi karena ia menyadari hikmah dan nilai moral di baliknya. Mekanisme ini membentuk karakter yang matang secara intelektual dan etis.

Penelitian ini menunjukkan bahwa produk halal membentuk karakter melalui enam mekanisme utama: normatif, *maqāṣid*, spiritual, habituasi, sosial-struktural, dan rasional-etis. Semua mekanisme tersebut berakar kuat dalam prinsip-prinsip Ushul Fiqh dan bekerja secara sinergis dalam menciptakan individu dan masyarakat yang berakhlak mulia, berintegritas, dan bertanggung jawab (Harimawan & Sopingi, 2024). Dengan demikian, halal tidak sekadar identitas hukum, tetapi instrumen pendidikan karakter yang efektif dan komprehensif dalam perspektif syariah.

Integrasi Nilai-nilai Ushul Fiqh dalam Pembentukan Karakter Individu dan Sosial

Integrasi nilai-nilai Ushul Fiqh memberikan kerangka konseptual yang kuat dalam memahami bagaimana konsumsi produk halal berperan dalam membentuk karakter manusia, baik pada tingkat individu maupun sosial. Ketiga prinsip utama—*maqāṣid al-syariah*, *al-amr wa al-nahy*, dan *sadd al-dharīah* bekerja secara sinergis untuk menciptakan mekanisme moral dan etis yang mengarahkan perilaku konsumsi, pola pikir, dan interaksi sosial menuju kebaikan. Integrasi nilai-nilai ini tidak hanya menjelaskan fungsi halal dalam aspek hukum, tetapi juga dalam pendidikan karakter (*tarbiyah*), pembiasaan etis (*ta'awwud*), dan pembentukan kepribadian yang selaras dengan tujuan syariah.

a. Integrasi Maqāṣid al-Syariāh: Menempatkan Halal sebagai Instrumen Penjaga Kemaslahatan

Maqāṣid al-syariāh berfungsi sebagai landasan filosofis yang menghubungkan konsumsi halal dengan pembentukan karakter. Lima tujuan utama syariah—menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta—berperan sebagai indikator kemaslahatan yang sangat terkait dengan perilaku konsumsi (Ayu Widyaningsih, 2023). Ketika seseorang memilih produk halal, ia sebenarnya sedang menjalankan upaya menjaga kemurnian spiritual, kesehatan jasmani, kejernihan akal, dan keberkahan harta. Proses menjaga *maqāṣid* ini secara langsung membentuk pola pikir yang bertanggung jawab dan berorientasi pada kebaikan.

Penelitian mendapati bahwa *maqāṣid* berfungsi sebagai mekanisme internalisasi nilai. Individu yang memahami bahwa halal bertujuan untuk menjaga akal, misalnya, akan lebih berhati-hati menghindari makanan atau minuman yang berpotensi merusak kesadaran dan kecerdasan moral. Orang yang memahami bahwa kehalalan menjaga agama akan memandang perilaku konsumsi sebagai bagian dari ibadah yang membentuk integritas spiritual. Sikap inilah yang membentuk karakter religius, jujur, disiplin, dan bertanggung jawab.

Di tingkat sosial, *maqāṣid* menciptakan budaya kolektif yang menilai bahwa konsumsi halal bukan hanya kepentingan pribadi, tetapi juga mekanisme menjaga kemaslahatan masyarakat. Suatu komunitas yang mengawasi kualitas halal akan lebih peka terhadap kelestarian lingkungan, keadilan dalam produksi, serta kesejahteraan produsen dan konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa kesadaran

maqāṣid melahirkan karakter sosial seperti solidaritas, keadilan, dan rasa tanggung jawab bersama.

b. Integrasi al-Amr wa al-Nahy: Menjadikan Halal sebagai Disiplin Moral

Prinsip *al-amr wa al-nahy* (perintah dan larangan) dalam Ushul Fiqh memberikan mekanisme normatif yang mengarahkan perilaku konsumsi. Perintah untuk mengonsumsi yang halal dan larangan terhadap yang haram hadir bukan hanya sebagai batas hukum, tetapi sebagai pendidikan perilaku. Penelitian menemukan bahwa pola konsumsi yang tunduk kepada perintah-larangan syariah menghasilkan karakter yang terbentuk melalui proses habituasi moral.

Kepatuhan terhadap perintah halal melatih individu menjadi pribadi yang disiplin, tunduk pada aturan, dan memiliki komitmen moral yang kuat. Setiap tindakan memilih halal merupakan latihan pengendalian diri yang menguatkan karakter jujur dan amanah. Sebaliknya, menjauhi produk haram melatih ketahanan terhadap godaan, kemampuan menunda kepuasan sesaat, dan kecakapan mengambil keputusan berlandaskan nilai moral.

Prinsip ini juga bekerja dalam ranah kognitif. Ketika seseorang memahami bahwa perintah-larangan syariah selalu bertujuan membawa kemaslahatan, ia akan mengembangkan karakter yang tunduk bukan hanya kepada aturan, tetapi juga kepada nilai di balik aturan tersebut. Dengan kata lain, halal memperkuat moral reasoning, bukan sekadar moral obedience.

Pada tingkat sosial, penelitian menemukan bahwa prinsip al-amr wa al-nahy membentuk budaya kolektif yang taat aturan dan menghormati batas-batas etis. Masyarakat yang terbiasa menjalankan perintah halal cenderung membangun relasi sosial yang jujur, adil, dan saling menghormati. Hal ini karena kehalalan bukan hanya urusan konsumsi, tetapi mencakup proses produksi, distribusi, dan interaksi ekonomi. Dengan demikian, karakter sosial berupa kejujuran, integritas, dan amanah tumbuh melalui mekanisme perintah-larangan yang diterima secara kolektif.

c. Integrasi Sadd al-Dhariah: Menutup Jalan Kerusakan melalui Konsumsi yang Bertanggung Jawab

Prinsip *sadd al-dhara'ih* berperan besar dalam menjelaskan bagaimana konsumsi halal menjaga karakter manusia dari kerusakan moral. Sadd al-dhara'ih berarti menutup pintu-pintu kecil yang berpotensi mengarah pada keburukan

besar (Istiariani dkk., 2024). Dalam konteks konsumsi, prinsip ini memastikan bahwa apa yang dikonsumsi tidak menjadi jalan menuju sifat buruk seperti kerakusan, kelemahan spiritual, hilangnya kontrol diri, atau perilaku tidak etis.

Misalnya, makanan yang haram bukan hanya dilarang karena substansinya, tetapi juga karena efek moral dan sosial yang ditimbulkannya. Produk yang merusak akal, seperti alkohol, dilarang karena dapat membuka pintu pada hilangnya kontrol diri dan tindakan kriminal. Produk yang berasal dari proses ekonomi tidak etis juga dilarang karena dapat merusak nilai keadilan sosial.

Penelitian menemukan bahwa *sadd al-dharīah* menciptakan karakter kewaspadaan (*alertness*), tanggung jawab moral, serta kepekaan terhadap dampak jangka panjang dari pilihan konsumsi. Individu belajar memperhatikan konsekuensi moral dari apa yang mereka konsumsi, sehingga mereka mengembangkan karakter yang hati-hati, analitis, dan peduli terhadap akibat sosial.

Secara sosial, prinsip ini mendorong terbentuknya budaya pengawasan dan kehati-hatian kolektif. Masyarakat yang menerapkan *sadd al-dharīah* secara konsisten akan menjaga agar rantai pasok produk halal selalu bebas dari unsur kecurangan, eksploitasi, atau manipulasi. Hal ini memperkuat karakter sosial berupa solidaritas, keadilan, dan perlindungan terhadap yang lemah.

d. Integrasi Ketiga Prinsip sebagai Mekanisme Komprehensif Pembentukan Karakter

Keterkaitan antara konsumsi halal dan pembentukan karakter hanya dapat dipahami secara komprehensif jika ketiga prinsip Ushul Fiqh ini diintegrasikan. *Maqāṣid* memberikan tujuan moral yang menjadi sasaran; *al-amr wa al-nahy* menjadi mekanisme perilaku yang membentuk disiplin; dan *sadd al-dharīah* menjaga agar perilaku tersebut tidak menyimpang atau mengarah pada kerusakan. Ketiganya menciptakan struktur etis yang membentuk karakter melalui proses: Internalisasi nilai (*value internalization*), Pembiasaan moral (*moral habituation*), Proteksi diri dan sosial (*ethical protection*)

Konsumsi halal, dengan demikian, bekerja sebagai instrumen pendidikan karakter yang berlapis: membentuk pribadi shaleh, membangun keluarga yang harmonis, dan menciptakan masyarakat yang berintegritas.

SIMPULAN

Penelitian menunjukkan bahwa konsep halal dalam perspektif Ushul Fiqh tidak hanya menentukan legalitas suatu produk, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen etis, spiritual, dan sosial dalam pembentukan karakter manusia. Halal dipahami sebagai mekanisme pendidikan moral yang menjaga kebersihan jiwa, integritas perilaku, dan kualitas hubungan sosial melalui prinsip-prinsip *ushuliyah*, *maqāṣid al-syariah*, serta etika konsumsi. Mengonsumsi yang halal dan baik merupakan bentuk tarbiyah syariyyah yang menumbuhkan kejernihan hati, ketajaman spiritual, dan komitmen moral. Dari sudut *maqāṣid*, halal menjaga agama dan akal, sehingga konsumsi menjadi bagian dari ibadah yang membangun tanggung jawab, kehati-hatian, dan karakter religius. Dalam kerangka *al-amr wa al-nahy*, perintah-halal melatih disiplin diri dan ketaatan. Prinsip *sadd al-dhariah* memastikan konsumsi tidak mengarah pada kerusakan moral. Penggabungan dengan nilai *al-ṭayyib* membentuk sensitivitas etis terhadap kualitas dan dampak produk. Secara struktural, industri halal menciptakan budaya amanah dan integritas, sehingga halal menjadi instrumen pembentuk karakter individu dan sosial.

DAFTAR PUSTKA

- S. K. (2023). Perkembangan Industri Halal Di Indonesia. *Aktualita: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 13(1). <https://doi.org/10.54459/aktualita.v13i1.524>
- Amini, A., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Urgensi Halal Food Dalam Tinjauan Konsumsi Islami. *Likuid: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 2(2), 1–14. <https://doi.org/10.15575/likuid.v2i2.16031>
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Astiwaru, E. M. (2025). Laboratorium Halal Sebagai Pilar Validasi Kehalalan Produk: Analisis Efektivitas. *Journal of Community Service*, 7(1), 71–88. <https://doi.org/10.56670/jcs.v7i1.339>

- Ayu Widyaningsih, D. A. W. (2023). Sertifikasi Halal Perspektif Maqashid Syariah. *Falah Journal of Sharia Economic Law*, 4(1), 61–72. <https://doi.org/10.55510/fjhes.v4i1.224>
- Badrud Tamam, Saiban, K., & Munir, M. (2022). Penerapan Ilmu Ushul Fiqh dalam Penetapan Istinbath Hukum Produk Halal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 7(01), 1–11. <https://doi.org/10.37366/jespb.v7i01.259>
- Bawafie, A. A. A., Tompson, M. D., & Muin, R. (2024). Industri Halal: Paradigma Tauhid Mewujudkan Rantai Nilai Halal Di Indonesia. *Kinerja*, 7(01), 205–212. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v7i01.3972>
- Chulsum Layingatul Chasanah & Shofiyullah Muzammil. (2024). Studi Komparasi Regulasi Sertifikasi Halal oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). *Maslahah : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 138–149. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v3i1.1947>
- Dede Al Mustaqim. (2023a). Sertifikasi Halal Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen Muslim: Analisis Maqashid Syariah Dan Hukum Positif. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(2), 54–67. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i2.26>
- Desy Kristiane. (2021). Labelisasi Halal Dan Haram. *Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 59–74. <https://doi.org/10.24239/tadayun.v2i1.21>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fitria, Y. & Elita Endah Mawarni. (2022). Psikoedukasi Pemilihan Jajanan Sehat dan Halal dalam Upaya Membentuk Karakter Positif Anak. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 1(3), 119–124. <https://doi.org/10.59025/js.v1i3.40>
- Harimawan, D., & Sopingi, I. (2024a). Dimensi Keilmuan Ushul Fiqh Dalam Intelerasi Wahyu Dan Logika: Kaidah Dan Penerapannya. *Jurnal Al-Wasith : Jurnal Studi Hukum Islam*, 9(2), 70–79. <https://doi.org/10.52802/wst.v9i2.1324>
- Harimawan, D., & Sopingi, I. (2024b). Dimensi Keilmuan Ushul Fiqh Dalam Intelerasi Wahyu Dan Logika: Kaidah Dan Penerapannya. *Jurnal Al-Wasith : Jurnal Studi Hukum Islam*, 9(2), 70–79. <https://doi.org/10.52802/wst.v9i2.1324>

- Hidayat, D., Maskur, M., & Budiman, B. (2025). Konsumsi Halal sebagai Bentuk Ibadah: Perspektif Ekonomi Islam dan Implikasinya pada Perilaku Konsumen. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 5009–5016. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1519>
- Hikam, S., & Khasanah, K. (2023). Prinsip Masalah Dalam Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. *el hisbah Journal of Islamic Economic Law*, 3(2), 145–160. <https://doi.org/10.28918/elhisbah.v3i2.1135>
- Ia Hidarya & E. Badrudin. (2024). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah tentang Mengkonsumsi dan Memperjualbelikan Produk Makanan dan Minuman yang Belum Bersertifikat Halal. *Sharia: Jurnal Kajian Islam*, 1(2), 29–47. <https://doi.org/10.59757/sharia.v1i2.25>
- Ilmia, A., & Ridwan, A. H. (2023). Tafsir Qs. Al-Baqarah Ayat 168 Dan Korelasinya Dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 193–202. <https://doi.org/10.15575/jim.v4i2.28724>
- Istiariani, I., Wahyuni, A. S., & Amalia, F. (2024). Creative accounting from an Islamic perspective: Viewed from sadd al dzari'ah concept. *Journal of Islamic Accounting and Finance Research*, 6(1), 81–106. <https://doi.org/10.21580/jiafr.2024.6.1.19963>
- Khairanis, R., & Aldi, M. (2025). Etika Estetika Dalam Branding Produk Halal: Perspektif Syariah Terhadap Desain Dan Nilai Visual. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Syariah dan Teknologi*, 4(1), 517–529. <https://doi.org/10.62833/embistek.-v4i1.174>
- Khairunnisa, R., & Fasa, M. I. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Syariah Dan Dampaknya Terhadap Minat Pembelian Konsumen Produk Halal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Syariah*, 3(3), 361–368. <https://doi.org/10.55883/jiemas.v3i3.69>
- Marsiati, H., P. Roswien, A., Septiani, T., & Suseno, D. (2022). Peningkatan Kesadaran Masyarakat Terhadap Produk Halal Dan Thayyib. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 6(1), 30–37. <https://doi.org/10.36341/jpm.v6i1.2655>

- Maulizah, R., & Sugianto, S. (2024). Pentingnya Produk Halal di Indonesia: Analisis Kesadaran Konsumen, Tantangan Dan Peluang. *El-Suffah: Jurnal Studi Islam*, 1(2), 129–147. <https://doi.org/10.70742/suffah.v1i2.49>
- Muhtadii, M., & Tawakal, H. A. (2016). Pengembangan Aplikasi Android Untuk Pengenalan Citra Nomor Sertifikat Halal Mui Dengan Library Tesseract Optical Character Recognition (Ocr). *Jurnal Informatika Terpadu*, 2(1). <https://doi.org/10.54914/jit.v2i1.60>
- Mumtahaen, I. (2024). Analisis Pemasaran Syariah Dalam Produk Halal Di Indonesia. *MASHLAHAH*, 3(1), 9–19. <https://doi.org/10.62824/m1rjnn90>
- Nurdiansyah, M. R. D. (2023). Sinergitas akselerasi lembaga Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Dan Lembaga Pemeriksa Halal dalam implementasi sertifikasi halal industri di Indonesia. *Journal of Halal Industry Studies*, 2(1), 39–48. <https://doi.org/10.53088/jhis.v2i1.566>
- Omar, N., Abdul Aziz, S., Mahaiyadin, M. H., Zainuzzaman, A. K., & Muda, Z. (2024). Pengaruh Prinsip Kepenggunaan Islam dan Dimensi Maqasid Daruriyyah dalam Inovasi Produk Halal di Malaysia: The Influence of Islamic Consumerism Principles and the Maqasid Daruriyyah Framework on Halal Product Innovation in Malaysia. *Global Journal Al-Thaqafah*, 304–325. <https://doi.org/10.7187/GJATSI122024-20>
- Pasha, I. N., Bahren, R. S. A., & Asyiqin, H. (2025). Sertifikasi Halal Dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Ditinjau Dari Maqosid Syariah: (Studi Kasus Pada Warung Makan Sego Bebek Rangkasbitung). *Qanun: Journal of Islamic Laws and Studies*, 3(2), 377–385. <https://doi.org/10.58738/qanun.v3i2.857>
- Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle). (2020). *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, 1(1). <https://doi.org/10.55357/is.v1i1.16>
- Putra, A. D., Desiana, R., & Alhalim, M. (2022). Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku dan Kepuasan Konsumen. *EKOBIS SYARIAH*, 6(2), 30. <https://doi.org/10.22373/ekobis.v6i2.17355>
- Putri, P., & Syam, S. (2023). Perlindungan penggunaan aplikasi makanan dan minuman online dalam information legality jaminan kehalalan produk berda-

- sarkan UU no. 11 tahun 2020 perspektif fiqih siyasah. *Jurnal EDUCATIO: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 9(1), 353. <https://doi.org/10.29210/1202322959>
- Rahmadany, R. (2023). Tinjauan Yuridis terhadap Penerapan Sertifikasi Halal Suatu Produk. *Indonesia Journal of Business Law*, 2(2), 67–69. <https://doi.org/10.47709/ijbl.v2i2.2573>
- Rahmawan, A., & Khatimah, H. (2024). Pemilihan Produk Makanan Bersertifikasi Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle) Pada Generasi Milenial. *Mandalika Journal of Business and Management Studies*, 2(1), 26–31. <https://doi.org/10.59613/mjbm.v2i1.59>
- Raisqi, N. R. (2022). Implementasi Sertifikasi Halal pada Produk Pangan Dalam Rangka Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Dominos Pizza). *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 8(1), 38. <https://doi.org/10.31602/iqt.v8i1.6968>
- Rohmah, S., Tohari, I., & Kholish, Moh. A. (2020a). Menakar Urgensi dan Masa Depan Legislasi Fiqih Produk Halal di Indonesia. *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam*, 14(2), 177–190. <https://doi.org/10.24090/mnh.v14i2.3811>
- Rohmah, S., Tohari, I., & Kholish, Moh. A. (2020b). Menakar Urgensi dan Masa Depan Legislasi Fiqih Produk Halal di Indonesia. *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam*, 14(2), 177–190. <https://doi.org/10.24090/mnh.v14i2.3811>
- Shodiq, A. Z., Romli, R., & Siregar, A. (2025). Kewenangan Majelis Ulama Indonesia Dan Komite Dalam Menentukan Kehalalan Produk Di Indonesia. *Muamalah*, 11(1), 14–23. <https://doi.org/10.19109/muamalah.v11i1.28942>
- Soegianto, S., & Widyani, R. (2024). Kedudukan Hukum Kelembagaan Jaminan Produk Halal Dalam Perspektif Syariat Menuju Society 5.0. *Jurnal Abdisci*, 1(3), 88–95. <https://doi.org/10.62885/abdisci.v1i3.156>
- Vristiyana, V. M. (2019). Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal Dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada Industri Makanan). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(1), 85. <https://doi.org/10.30659/ekobis.20.1.85-100>
- Warto, W., Rofiq, A., & Mashudi, M. (2019). Peranan Kaedah-Kaedah Fundamental Kebahasaan Dalam Penetapan Produk Halal. *Indonesia Journal of Halal*, 2(1), 10. <https://doi.org/10.14710/halal.v2i1.4318>

- Wijayanti, R., & Meftahudin, M. (2018a). Kaidah Fiqh dan Ushul Fiqh Tentang Produk Halal, Metode Istinbath dan Ijtihad dalam Menetapkan Hukum Produk Halal. *International Journal Ihya' 'Ulum al-Din*, 20(2), 241–268. <https://doi.org/10.21580/ihya.20.2.4048>
- Wijayanti, R., & Meftahudin, M. (2018b). Kaidah Fiqh dan Ushul Fiqh Tentang Produk Halal, Metode Istinbath dan Ijtihad dalam Menetapkan Hukum Produk Halal. *International Journal Ihya' 'Ulum al-Din*, 20(2), 241–268. <https://doi.org/10.21580/ihya.20.2.4048>
- Yanti, F. (2023). Pengaruh Makanan Halal dan Haram Terhadap Kondisi Spiritual Manusia Menurut Imam Al-Ghazali. *Al-Hikmah: Jurnal Theosofi dan Peradaban Islam*, 5(2). <https://doi.org/10.51900/alhikmah.v5i2.19384>
- Yanti, I. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Psikologis dan Religiusitas Perilaku Muslimah Kota Medan terhadap Konsumsi Kosmetik Halal dan Baik. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 294. <https://doi.org/10.30821/ajei.v1i1.2751>