AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam, 5(2), 2025: 260-278
doi: 10.36701/al-khiyar.v5i2.2333

AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam

Journal homepage: **https://journal.stiba.ac.id/index.php/khiyar/index**

Harmonisasi Standar Sertifikasi Halal Internasional dalam Perspektif Fikih Muamalah: Analisis Diplomasi Ekonomi Halal Indonesia di Pasar Global

Harmonizing International Halal Certification Standards: A Fiqh al-Muāmalāt Perspective on Indonesia's Halal Economic Diplomacy in Global Markets

Kurnaemi Anita[a], **Nasrullah bin Sapa**[b]

[a] *Institut Agama Islam STIBA Makassar, Indonesia; Email: kurnaemi@stiba.ac.id*
[b] *Pascasarjana UIN Alauddin, Makassar, Indonesia; Email: nasrullah.sapa@uin-alauddin.ac.id*

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 19 July 2025
Revised: 9 November 2025
Accepted: 9 November 2025
Published: 9 November 2025

Keywords:
Global Halal Industry, Halal Alliances, Halal Industry Landscape

ABSTRACT

The global halal industry is rapidly expanding as one of the strategic sectors in the international economy, with a continually growing market value that involves cross-border transactions, international organizations, and multilateral alliances. Although Indonesia occupies the position of one of the largest consumers of halal products in the world, its contribution as a major player in the global halal industry value chain still faces various structural and diplomatic challenges. This study aims to analyze the harmonization of international halal certification standards from the perspective of fiqh al-muʿāmalah and to formulate the role of Indonesia's halal economic diplomacy in advocating for the protection of Muslim consumers in global markets. The research employs a qualitative-descriptive approach through library research and policy analysis. The findings indicate that, conceptually, most international halal certification standards converge with maqāṣid al-sharīʿah, particularly in the aspects of ṭahārah, ḥalāl al-dhabīḥah, and istibrā'. However, fragmented standards, divergent ijtihād on animal-derived enzymes and technical alcohol, and asymmetries among certifying authorities generate problems of traceability, the potential for monopolistic practices, and the risk of consumer harm, all of which contradict the legal maxim lā ḍarar wa lā ḍirār. This study underscores the importance of cross-madhhab collective ijtihād (ijtihād jamāʿī), the strengthening of an equitable mutual recognition scheme, and Indonesia's proactive initiatives as a norm entrepreneur through halal economic diplomacy, including the proposal to establish an international Halal Dispute Board as a dispute settlement instrument and as a means of reinforcing the legitimacy of global halal standards grounded in fiqh al-muʿāmalah.

ABSTRAK

Industri halal global berkembang pesat sebagai salah satu sektor strategis dalam ekonomi internasional, dengan nilai pasar yang terus meningkat dan melibatkan lintas negara, organisasi internasional, serta aliansi multilateral. Meskipun Indonesia menempati posisi sebagai salah satu konsumen produk halal terbesar di dunia, kontribusinya sebagai pemain utama dalam rantai nilai industri halal global masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan diplomatis. Penelitian ini bertujuan menganalisis harmonisasi standar sertifikasi halal internasional dalam perspektif fikih muamalah serta merumuskan peran diplomasi ekonomi halal Indonesia dalam memperjuangkan perlindungan konsumen Muslim di pasar global. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif-deskriptif dengan studi pustaka dan analisis kebijakan (*policy analysis*). Hasil kajian menunjukkan bahwa secara konseptual sebagian besar standar sertifikasi halal internasional memiliki titik temu dengan maqāṣid al-syarī'ah, terutama

pada aspek *thahārah*, *ḥalāl al-dzabīḥah*, dan *istibrā'*. Namun, fragmentasi standar, perbedaan ijtihad terkait enzim hewani dan alkohol teknis, serta ketimpangan otoritas sertifikasi menimbulkan problem *traceability*, potensi praktik monopolistik, dan risiko kerugian konsumen yang bertentangan dengan kaidah *lā ḍarar wa lā ḍirār*. Penelitian ini menegaskan pentingnya *ijtihād jamā'ī* lintas mazhab, penguatan skema *mutual recognition* yang berkeadilan, serta inisiatif aktif Indonesia sebagai *norm entrepreneur* melalui diplomasi ekonomi halal, termasuk gagasan pembentukan *Halal Dispute Board* internasional sebagai instrumen penyelesaian sengketa dan penguatan legitimasi standar halal global berbasis fikih muamalah.

***How to cite*:**
Kurnaemi Anita, Nasrullah bin Sapa, "Harmonisasi Standar Sertifikasi Halal Internasional dalam Perspektif Fikih Muamalah: Analisis Diplomasi Ekonomi Halal Indonesia di Pasar Global", *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam* Vol. 5, No. 2 (2025): 260-278. doi: 10.36701/al-khiyar.v5i2.2333.

PENDAHULUAN

Industri halal telah berkembang menjadi salah satu sektor strategis dalam perekonomian global, didorong oleh peningkatan kesadaran konsumen Muslim dan penegakan standar sertifikasi lintas negara[1] [2]. Laporan *State of the Global Islamic Economy* (2023) memproyeksikan belanja konsumen Muslim di sektor makanan, farmasi, kosmetik, fesyen, pariwisata, dan keuangan syariah akan mencapai lebih dari USD 3 triliun pada tahun 2025,[3] memperlihatkan bahwa ekosistem halal telah bergerak dari sekadar kepatuhan religius menjadi pasar global yang terstruktur.[4]

Negara-negara kunci seperti Malaysia, Uni Emirat Arab, Arab Saudi, Turki, bahkan negara non-OIC seperti Brazil dan Australia, menunjukkan kepemimpinan dalam rantai pasok produk halal dengan strategi sertifikasi, diplomasi, dan inovasi produk yang terintegrasi.[5] [6] Sebaliknya, posisi Indonesia yang memiliki jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia masih menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan potensi ini.[7] Data *Halal Product Industry Development Committee* menunjukkan bahwa pada 2022, pengeluaran konsumen Indonesia untuk produk halal diperkirakan melampaui USD 135

[1] Baker Ahmad Alserhan, "On Islamic Branding: Brands as Good Deeds," *Journal of Islamic Marketing* 1, no. 2 (June 25, 2010): 101–6, doi:10.1108/17590831011055842/FULL/XML.

[2] Karijn Bonne and Wim Verbeke, "Muslim Consumer Trust in Halal Meat Status and Control in Belgium," *Meat Science* 79, no. 1 (May 1, 2008): 113–23, doi:10.1016/J.MEATSCI.2007.08.007.

[3] "State of the Global Islamic Economy Report," accessed July 19, 2025, https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report-2023.

[4] Alda Meydiyana Sagita, "Halal Certification Policy in Indonesia and the World Trade Organization," *International Journal of Integrated Science and Technology (IJIST)* 2, no. 9 (2024): 795–810, doi:10.59890/ijist.v2i9.2396.

[5] "Halal Matters: Islam, Politics and Markets in Global Perspective - 1st," accessed July 19, 2025, https://www.routledge.com/Halal-Matters-Islam-Politics-and-Markets-in-Global-Perspective/Bergeaud-Blackler-Fischer-Lever/p/book/9781138812765?srsltid=AfmBOorBqs4ttQxseBOshebXFsmu_I7Ul9nAnM5se7mzcncqqMljwpra.

[6] Aliakbar Jafari, "Johan Fischer -the Halal Frontier: Muslim Consumers in a Globalized Market," *International Journal of Market Research* 54, no. 5 (2012), doi:10.2501/IJMR-54-5-723-729.

[7] Moh. Fathoni Hakim and Ridha Amaliyah, "Competing Global and Local Halal Standards: Indonesia's Strategy in Increasing Halal Food Exports After Ratifying SMIIC," *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 6, no. 2 (November 15, 2024): 193–210, doi:10.21580/JDMHI.2024.6.2.23610.

miliar, namun kontribusi ekspor produk halal Indonesia relatif tertinggal dibandingkan Malaysia atau Thailand yang berhasil menembus pasar halal Eropa dan Amerika.[8] [9]

Selain itu, terbentuknya berbagai aliansi halal global seperti *International Halal Accreditation Forum* (IHAF) menjadi salah satu contoh bagaimana kolaborasi lintas negara memainkan peran penting dalam harmonisasi standar halal.[10] Studi Jannat M menyoroti pentingnya *halal diplomacy* sebagai pendekatan *soft power* untuk meningkatkan pengaruh negara Muslim dalam percaturan ekonomi internasional.[11] Pendekatan ini menekankan peran diplomasi ekonomi yang berfokus pada penguatan sertifikasi, standarisasi, serta promosi merek halal nasional.[12]

Dengan demikian, pertanyaan kritis muncul mengenai sejauh mana strategi diplomasi ekonomi halal Indonesia mampu menjembatani kepentingan domestik dengan dinamika industri halal global. Beberapa studi terbaru juga menegaskan perlunya reposisi Indonesia melalui kerangka diplomasi halal yang lebih agresif dan inklusif.[13] [14] Tanpa strategi komprehensif, posisi Indonesia berisiko stagnan sebagai konsumen terbesar, namun gagal menjadi aktor utama yang memiliki daya saing di tingkat internasional.[15]

Meskipun peluang pasar halal dunia terus terbuka, terdapat gap struktural yang signifikan antara potensi demografis Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim terbesar dan kontribusinya dalam rantai pasok halal global. Utama D melaporkan bahwa tantangan mendasar terletak pada rendahnya konsistensi standarisasi halal, keterbatasan infrastruktur pendukung ekspor, serta lemahnya jejaring global dengan negara-negara produsen utama.[16] Selain itu, beberapa penelitian juga menyoroti minimnya integrasi kebijakan lintas sektor, baik pada tingkat produksi, distribusi, hingga branding halal Indonesia di pasar internasional.[17]

---

[8] Mohd Helmi Ali, Kim Hua Tan, and Md Daud Ismail, "A Supply Chain Integrity Framework for Halal Food," *British Food Journal* 119, no. 1 (2017): 20–38, doi:10.1108/BFJ-07-2016-0345/FULL/XML.

[9] Suhaiza Zailani et al., "Halal Traceability and Halal Tracking Systems in Strengthening Halal Food Supply Chain for Food Industry in Malaysia (A Review)," *Journal of Food Technology* 8, no. 3 (March 1, 2010): 74–81, doi:10.3923/JFTECH.2010.74.81.

[10] Ahasanul Haque et al., "Non-Muslim Consumers' Perception toward Purchasing Halal Food Products in Malaysia," *Journal of Islamic Marketing* 6, no. 1 (March 9, 2015): 133–47, doi:10.1108/JIMA-04-2014-0033/FULL/XML.

[11] Muhsina Jannat and Md. Monirul Islam, "Consumers' Purchase Intention towards Certified Halal Foods," *International Journal of Islamic Marketing and Branding* 4, no. 3/4 (2019): 228, doi:10.1504/IJIMB.2019.107287.

[12] Imam Salehudin and Bagus Adi Luthfi, "Marketing Impact of Halal Labeling toward Indonesian Muslim Consumer's Behavioral Intention Based on Ajzen's Planned Behavior Theory: Policy Capturing Studies on Five Different Product Categories," *ASEAN Marketing Journal* 3, no. 1 (October 23, 2013), doi:10.21002/AMJ.V3I1.2013.

[13] Arinda Soraya Putri et al., "The Development of Halal Supply Chain Research in Indonesia: A Comparative Study," *Jurnal Teknik Industri* 25, no. 2 (August 31, 2024): 97–118, doi:10.22219/JTIUMMVOL25NO2.97-118.

[14] Yeni Rohaeni and Ahmad Hidayat Sutawijaya, "PENGEMBANGAN MODEL KONSEPTUAL MANAJEMEN RANTAI PASOK HALAL STUDI KASUS INDONESIA," *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri* 15, no. 3 (September 30, 2020): 177–88, doi:10.14710/JATI.15.3.177-188.

[15] Mohamed Syazwan Ab Talib, Abu Bakar Abdul Hamid, and Mohd Hafz Zulfakar, "Halal Supply Chain Critical Success Factors: A Literature Review," *Journal of Islamic Marketing* 6, no. 1 (March 9, 2015): 44–71, doi:10.1108/JIMA-07-2013-0049/FULL/XML.

[16] Dana Marsetiya Utama, Shanty Kusuma Dewi, and Melania Dindha Antika, "A New Framework for Risks Mitigation Halal Food Supply Chain: A Case Study in Indonesia," *International Journal of System Assurance Engineering and Management*, 2025, doi:10.1007/S13198-025-02836-Y.

[17] Ab Talib, Hamid, and Zulfakar, "Halal Supply Chain Critical Success Factors: A Literature Review."

Indonesia sesungguhnya memiliki modal sosial dan kelembagaan yang kuat melalui keberadaan Majelis Ulama Indonesia (MUI), LPPOM MUI, hingga Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Namun, tantangan harmonisasi sertifikasi dengan standar internasional masih menjadi pekerjaan rumah yang mendesak.[18] Di sisi lain, ketatnya persaingan dengan negara-negara ASEAN seperti Malaysia dan Thailand juga semakin menuntut Indonesia untuk tidak hanya mengandalkan potensi konsumsi domestik, tetapi juga membangun daya saing di hilir industri halal.[19] [20]

Dalam konteks diplomasi, pendekatan *halal economic diplomacy* dinilai sebagai strategi yang relevan untuk memaksimalkan potensi Indonesia. Sejumlah penelitian menegaskan bahwa diplomasi ekonomi halal tidak hanya mencakup aspek promosi ekspor, tetapi juga menekankan pembangunan reputasi, trust, dan positioning di mata pasar global.[21] [22] Pendekatan ini bahkan semakin signifikan di era terbentuknya berbagai forum aliansi halal lintas negara yang berperan dalam harmonisasi standar dan penetrasi pasar.[23]

Berdasarkan fakta tersebut, dapat disimpulkan bahwa upaya reposisi Indonesia dalam lanskap industri halal global memerlukan arah kebijakan yang terintegrasi, inovasi produk, penguatan sertifikasi, serta diplomasi yang adaptif terhadap dinamika geopolitik perdagangan halal. Penelitian ini mencoba menawarkan kerangka konseptual berupa *Halal Economic Diplomacy Framework* sebagai model strategis yang menggabungkan potensi domestik dengan strategi penetrasi pasar internasional. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kebaruan dalam wacana diplomasi halal, sekaligus menjadi dasar pengambilan kebijakan bagi penguatan daya saing industri halal Indonesia di tingkat global.

Berdasarkan Tabel 1, dalam peta ekspor halal global, Brazil menempati posisi teratas dengan pangsa 20–25%, didominasi oleh ekspor daging sapi dan ayam. Disusul oleh Australia dengan kontribusi 12–15%, terutama dari sektor daging sapi dan domba. Malaysia menunjukkan kinerja kuat sebesar 8–10% melalui ekspor produk olahan makanan dan kosmetik, sejalan dengan strateginya sebagai pusat industri halal dunia. Thailand menyumbang sekitar 6–8% lewat produk seafood dan bumbu masak yang banyak diekspor ke negara-negara OKI. India, meskipun bukan negara Muslim mayoritas, mencatat pangsa 4–5% melalui ekspor produk pertanian dan rempah-rempah. Sementara itu, Indonesia baru berkontribusi sekitar 3%, dengan komoditas utama seperti kopi, rempah, dan makanan olahan, menunjukkan adanya potensi besar yang belum dioptimalkan dalam rantai pasok halal global.

---

[18] Muhammad Khalilur Rahman, Shaharin Akter, and Suhaiza Zailani, "Operation of Halal Supply Chain Management: Challenges, Opportunities, and Strategies," *Islamic Operations Management: Theories and Applications*, April 16, 2024, 176–87, doi:10.4324/9781003289050-15.

[19] Muti'ah Nurul Jannah, Suryani Suryani, and Efi Syarifudin, "Halal Economic Ecosystem of Indonesia and Thailand through Halal Certification Bodies (BPJPH & CICOT)," *Al Dzahab* 6, no. 1 (March 23, 2025): 55–62, doi:10.32939/DHB.V6I1.4937.

[20] Nurdiana Nurdiana, Siradjuddin Siradjuddin, and Rahmawati Muin, "The Halal Industry in Southeast Asia: A Comparison of the Development of Indonesia and Thailand," *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 4, no. 6 (June 25, 2025): 2619–26, doi:10.55927/fjmr.v4i6.270.

[21] Jannat and Islam, "Consumers' Purchase Intention towards Certified Halal Foods."

[22] Wawan Arwani et al., "Halal-Thayyib, Food Products, and the Halal Industry: A Thematic Analysis on the Verses of the Qur'an," *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah* 14, no. 1 (July 7, 2022): 99, doi:10.24235/AMWAL.V14I1.10830.

[23] Wahyu Destriyansah, Imsar Imsar, and Muhammad Ikhsan Harahap, "Analysis of the Influence of the Halal Industry on Indonesia's Economic Growth," *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi* 13, no. 2 (September 29, 2023): 232–45, doi:10.30741/WIGA.V13I2.1117.

Tabel 1. Pangsa Ekspor Produk Halal oleh Negara (Sektor Makanan)

Negara	Pangsa Ekspor Global (%)	Komoditas Utama	Sumber Data
Brazil	20–25 %	Daging sapi & ayam	Berdasarkan data ekspor makanan halal utama[24] [25]
Australia	12–15 %	Daging sapi & domba	Laporan ekspor halal global & analisis negara non-Muslim [26]
Malaysia	8–10 %	Produk olahan makanan & kosmetik	Laporan IMARC & strategi Malaysia sebagai hub halal [27] [28] [29]
Thailand	6–8 %	Seafood, bumbu masak	Data ekspor ke negara OIC [30] [31]
India	4–5 %	Produk pertanian & rempah-rempah	Proyeksi oleh IMARC dan analisis negara non-Muslim [32]
Indonesia	≈ 3 %	Kopi, rempah, olahan makanan	Estimasi berdasar perbandingan konsumsi-ekspor [33]

Sumber Data diolah 2025

[24] "Brazil's Growing Interest in Halal Exports | The Poultry Site," accessed July 19, 2025, https://www.thepoultrysite.com/news/2008/11/brazils-growing-interest-in-halal-exports?utm_source=chatgpt.com.

[25] "Halal Meat Statistics and Facts (2025)," accessed July 19, 2025, https://media.market.us/halal-meat-statistics/?utm_source=chatgpt.com.

[26] "Australian Red Meat Export Statistics - DAFF," accessed July 19, 2025, https://www.agriculture.gov.au/biosecurity-trade/export/controlled-goods/meat/statistics?utm_source=chatgpt.com.

[27] "Halal Cosmetics Market Size, Top Brands & Forecast [2033]," accessed July 19, 2025, https://www.imarcgroup.com/halal-cosmetics-market?utm_source=chatgpt.com.

[28] Md Yunus Ali et al., "Halal Food Export and Malaysia's Potential: The Applicability of the Gravity Theory of Trade," *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 2 (January 13, 2022): 309–28, doi:10.1108/JIMA-01-2020-0019.

[29] Tajul Ariffin Masron, Nik Hadivan Nik Azman, and Siti Hasnah Hassan, "Halal Development and Food Exports: Evidence from Malaysia and the Middle Eastern Asian Countries," *Jurnal Ekonomi Malaysia* 48, no. 2 (2014): 61–69, doi:10.17576/JEM-2014-4802-06.

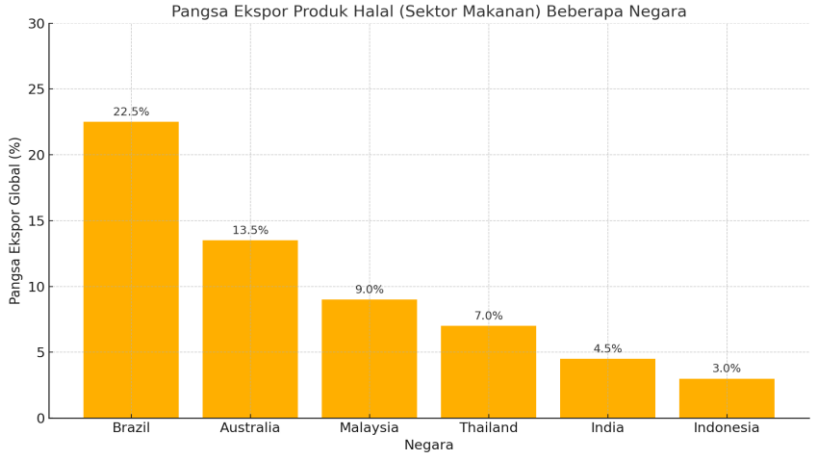
[30] "Thailand Eyes Greater Share of Booming Global Halal Market Worth $3.1 Trillion by 2027," accessed July 19, 2025, https://www.nationthailand.com/business/economy/40051582?utm_source=chatgpt.com.

[31] "Top 10 Exporters Shipped Halal Meat Worth $14.04 Bn to OIC Countries - Euromeatnews.Com," accessed July 19, 2025, https://www.euromeatnews.com/Article-Top-10-exporters-shipped-halal-meat-worth-%2414.04-bn-to-OIC-countries-/798?utm_source=chatgpt.com.

[32] "India Spices Market 2024: A Valuation of INR 4,70,339 Crores Predicted by 2032 | IMARC Group - Industry Today," accessed July 19, 2025, https://industrytoday.co.uk/market-research-industry-today/india-spices-market-2024-a-valuation-of-inr-470339-crores-predicted-by-2032-imarc-group?utm_source=chatgpt.com.

[33] Budiyoko Budiyoko et al., "Halal Certification of Agricultural Export Commodities: Opportunities and Challenges," *Journal of Halal Product and Research* 5, no. 2 (December 21, 2022): 52–61, doi:10.20473/jhpr.vol.5-issue.2.52-61.

Indonesia memiliki konsumsi produk halal yang sangat besar, mencapai USD 135–184 miliar pada 2022.[34] Namun, ekspor produk halalnya masih rendah, hanya sekitar USD 8–10 miliar per tahun, terutama dari sektor makanan dan minuman olahan.[35] Meski berada di posisi ke-4 atau ke-5 dalam Global Islamic Economy Indicator 2023, Indonesia masih tertinggal dari Malaysia, UEA, dan Arab Saudi dalam hal daya saing global. Dalam forum harmonisasi standar halal internasional seperti IHAF yang beranggotakan lebih dari 30 negara, Indonesia belum menjadi pemain utama.[36] Mayoritas standar halal dunia masih didominasi oleh JAKIM (Malaysia) dan ESMA (UEA), sementara MUI dan BPJPH masih dalam proses menuju pengakuan internasional yang lebih luas. Data ini menunjukkan pentingnya strategi ekspor dan diplomasi halal yang lebih agresif agar potensi besar Indonesia dapat diwujudkan secara global.[37]



Gambar 1. Pangsa Ekspor Produk Halal

Sumber Data BPS 2023

Gambar 1 di atas menunjukkan perbandingan pangsa ekspor produk halal sektor makanan dari beberapa negara utama. Terlihat bahwa Brazil mendominasi pasar global dengan estimasi pangsa ekspor mencapai sekitar 22,5%, diikuti oleh Australia dengan 13,5%. Kedua negara tersebut meskipun bukan negara mayoritas Muslim, tetapi berhasil mengoptimalkan potensi rantai pasok halal melalui sistem produksi yang terstandardisasi dan sertifikasi halal yang diakui secara internasional. Sementara itu, Malaysia menempati posisi strategis dengan pangsa pasar sekitar 9%, menjadikannya sebagai salah satu pusat industri halal terkemuka di kawasan Asia Tenggara. Malaysia secara konsisten menduduki peringkat tertinggi dalam *Global Islamic Economy Indicator* berkat kebijakan komprehensif, sertifikasi JAKIM yang diakui global, dan penguatan diplomasi halal. Negara tetangga, Thailand, juga menunjukkan penetrasi pasar yang cukup signifikan dengan pangsa sekitar **7%**, khususnya pada komoditas seafood dan produk makanan olahan.

[34] "State of the Global Islamic Economy Report," accessed July 19, 2025, https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report-2023?utm_source=chatgpt.com.

[35] Ibid.

[36] "Posisi Indonesia Dalam State of The Global Islamic Econom...," accessed July 19, 2025, https://iaei.or.id/id/berita-dan-artikel/artikel/posisi-indonesia-dalam-sgie.

[37] "State of the Global Islamic Economy Report."

Di sisi lain, India meskipun berpenduduk mayoritas Hindu, berhasil menembus pasar halal global dengan pangsa sekitar 4,5%, berkat ekspor produk pertanian, rempah-rempah, dan daging ke pasar negara-negara Organisasi Kerja Sama Islam (OKI).[38] Indonesia, meskipun memiliki populasi Muslim terbesar di dunia dan konsumsi domestik yang sangat besar, tercatat hanya menyumbang sekitar 3% pangsa ekspor produk halal global di sektor makanan.[39] [40] Hal ini memperlihatkan adanya gap struktural antara potensi domestik dan realisasi kontribusi Indonesia pada pasar halal internasional. Kesenjangan inilah yang menunjukkan urgensi penguatan strategi *halal economic diplomacy*, agar Indonesia tidak hanya menjadi pasar konsumtif tetapi juga mampu meningkatkan posisi tawarnya sebagai salah satu eksportir utama produk halal di tingkat global.[41] Dengan demikian, data ini mempertegas perlunya perumusan kerangka kebijakan diplomasi halal yang integratif, inovasi dalam sertifikasi, serta sinergi lintas sektor agar Indonesia dapat bertransformasi dari *halal consumer giant* menjadi *halal producer leader* yang diakui dunia.

Oleh karena itu, kajian terhadap masalah ini tidak hanya dapat dilihat dari aspek ekonomi dan kebijakan publik semata, tetapi juga perlu didekati dari perspektif fikih muamalah yang menjadi landasan normatif sistem ekonomi Islam. Pendekatan ini penting untuk memastikan bahwa diplomasi ekonomi halal Indonesia tidak hanya berorientasi pada daya saing, tetapi juga berpijak pada prinsip-prinsip syariah. Sehubungan dengan hal tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: a) Bagaimana kesesuaian standar sertifikasi halal internasional dengan prinsip-prinsip fikih muamalah, khususnya dalam praktik produksi, distribusi, dan konsumsi produk halal lintas negara?; b) Bagaimana prinsip kaidah fiqhiyyah *lā ḍarar wa lā ḍirār* dapat dijadikan pijakan dalam diplomasi ekonomi halal Indonesia untuk melindungi kepentingan umat Islam di pasar global?. tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kesesuaian standar sertifikasi halal internasional dengan prinsip-prinsip fiqh muamalah, serta mengkaji relevansi kaidah *lā ḍarar wa lā ḍirār* sebagai landasan dalam merumuskan strategi diplomasi ekonomi halal Indonesia yang mampu melindungi dan memperjuangkan kepentingan umat Islam di pasar global.

Penelitian ini merupakan penelitian pustaka dengan pendekatan normatif, mengkaji permasalahan-permasalahan muamalah kontemporer berdasarkan kajian literatur. Data dikumpulkan dari berbagai kitab klasik dan kontemporer, kemudian didukung oleh data dari jurnal-jurnal yang relevan.

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan kajian ini antara lain: Pertama, artikel oleh Lutfika et al [42] yang melakukan pemetaan dan membandingkan lima standar halal utama dunia (OIC/SMIIC, GSO/UAE, MS 1500, MUIS, dan HAS 23000) dan menemukan bahwa di antara standar-standar tersebut ada bagian yang sudah selaras,

[38] *This Report Contains Assessments Of Commodity And Trade Issues Made By Usda Staff And Not Necessarily Statements Of Official U.S. Government Policy*, 2022.

[39] "Posisi Indonesia Dalam State of The Global Islamic Econom..."

[40] Asean Journal, Dhefara Harsaning Djati, and Danang Rosadi, "Asean Journal of Halal Studies Development of the Halal Industry Towards the Growth of the Islamic Economy in Indonesia," n.d., doi:10.26740/ajhs.v2i01.43604.

[41] Nikmatul Masruroh, "The Competitiveness of Indonesian Halal Food Exports in Global Market Competition Industry," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (July 1, 2020): 25–48, doi:10.21580/economica.2020.11.1.3709.

[42] Evrin Lutfika, Feri Kusnandar, Dase Hunaefi, "Comparative Analysis and Harmonization of Global Halal Standards," *International Journal of Halal Research* 4, no. 1 (June 2022): 29-39, doi.org/10.18517/ijhr.4.1.29-39.2022.

bagian yang berbeda, dan bagian yang masih "kosong" atau belum tegas aturannya, terutama terkait alkohol, *istihalah*, mikroba, GMO, dan bahan kemasan. Dari situ penulis menyusun rancangan standar halal global berbasis irisan persyaratan yang sama dan menandai klausul-klausul yang masih membutuhkan ijtihad fikih dan teknis lebih lanjut.

Kedua, artikel yang ditulis Al-Mahmood and M. Fraser,[43] melalui wawancara dengan lembaga sertifikasi halal di Amerika Serikat, menunjukkan bahwa banyaknya standar dan mazhab serta perbedaan pandangan tentang stunning, penyembelihan mekanik, dan siapa yang boleh menyembelih telah menimbulkan fragmentasi standar, biaya sertifikasi yang tinggi, dan kebingungan konsumen. Hampir semua lembaga yang diwawancarai menyatakan perlunya satu standar halal universal minimal agar kompleksitas dan biaya dapat ditekan.

Ketiga, artikel oleh Johan and Schebesta[44] menemukan bahwa regulasi halal suatu negara mulai muncul sebagai *trade concern* di forum WTO, terutama pada komite SPS dan TBT. Kekhawatiran utama negara anggota berkisar pada transparansi, non-diskriminasi antara produk lokal dan impor, serta proporsionalitas prosedur sertifikasi halal, sehingga regulasi halal tidak berubah menjadi hambatan teknis perdagangan terselubung. Keempat, artikel oleh Hakim and Amaliyah[45] menunjukkan bahwa upaya harmonisasi standar global melalui SMIIC menghadapi banyak hambatan, mulai dari sifatnya yang sukarela, belum meratanya keikutsertaan negara OIC, hingga perbedaan mazhab dan kepentingan politik-ekonomi. Indonesia merespons kondisi ini dengan strategi *Mutual Recognition Arrangements* (MRA) dengan lembaga halal luar negeri, yang terbukti menjadi "jalan tengah" praktis untuk meningkatkan ekspor pangan halal tanpa harus menunggu keseragaman standar global penuh.

Artikel kelima oleh Hidayati[46] menggambarkan bagaimana industri halal menjadi instrumen penting dalam diplomasi ekonomi bilateral Indonesia–Turki, khususnya melalui kerja sama sertifikasi dan pengakuan sertifikat halal, pengembangan pariwisata halal, dan perundingan IT-CEPA yang memuat bab khusus ekonomi Islam dan halal. Studi ini menegaskan bahwa kolaborasi kedua negara di sektor halal diarahkan untuk membangun posisi sebagai "halal powerhouse" yang berpengaruh di pasar halal global.

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi fikih muamalah dengan kaidah *lā ḍarar wa lā ḍirār* sebagai asas perlindungan konsumen Muslim ke dalam agenda harmonisasi standar sertifikasi halal internasional sekaligus strategi diplomasi ekonomi halal Indonesia. Berbeda dari studi terdahulu yang memisahkan aspek teknis, hukum dagang, dan kerja sama bilateral, riset ini membangun kerangka konseptual yang mengaitkan prinsip keadilan, amanah, maslahat, dan *lā ḍarar wa lā ḍirār* dengan parameter standardisasi (penetapan daftar bahan kritis, prosedur stunning/penyembelihan, ambang kontaminasi silang, ketertelusuran dan pelabelan

[43] Omar A. Al-Mahmood and Angela M. Fraser, "Perceived challenges in implementing halal standards by halal certifying bodies in the United States," PLOS ONE 8, no. 18 (August, 2023): 1-11, doi.org/10.1371/journal.pone.0290774.

[44] Eva Johan and Hanna Schebesta, "Religious Regulation Meets International Trade Law: Halal Measures, a Trade Obstacle? Evidence from the SPS and TBT Committee," Journal of International Economic Law 25, no: 1 (June, 2022): 61-73.

[45] Moh. Fathoni Hakim and Ridha Amaliyah, "Competing Global and Local Halal Standards: Indonesia's Strategy in Increasing Halal Food Exports After Ratifying SMIIC," Journal of Digital Marketing and Halal Industry 6, no: 24 (November 15, 2024): 19-35. doi.org/10.21580/jdmhi.2024.6.2.23610.

[46] Ratnaningsih Hidayati, "The Role of Halal Industry in Driving Bilateral Economic Diplomacy Between Indonesia and Turkiye," Islamic Economics and Business Review 2, no. 2 (April, 2023), 96-107,

lintas-negara), lalu menerjemahkannya ke desain MRA/pengakuan timbal balik serta posisi Indonesia di SMIIC–OIC–WTO. Dengan demikian, Indonesia tidak sekadar *rule taker* yang mengejar ekspor, tetapi *norm entrepreneur* yang mengarusutamakan *lā ḍarar wa lā ḍirār* sebagai uji proporsionalitas regulasi halal lintas negara meminimalkan beban kepatuhan tanpa mengorbankan perlindungan akidah dan ibadah konsumen Muslim di pasar global.

PEMBAHASAN

Kesesuaian Standar Sertifikasi Halal Internasional dengan Prinsip-prinsip Fikih Muamalah

Standar sertifikasi halal internasional pada dasarnya memiliki tujuan yang sejalan dengan prinsip dasar fikih muamalah, yaitu menjamin kehalalan produk dari aspek *thaharah* (kesucian), *halal-zabihah* (penyembelihan sesuai syariat), hingga *istibra'* (pemurnian dari najis atau zat syubhat). Oleh karena itu, syariat Islam mewajibkan setiap muslim untuk mengonsumsi makanan yang halal serta terbebas dari unsur yang haram dan membahayakan, sehingga sistem sertifikasi halal menjadi instrumen penting dalam menjaga kesucian konsumsi umat. Praktik sertifikasi halal di beberapa negara kunci, seperti Malaysia melalui JAKIM, UEA melalui ESMA, serta IHAF di level global, menerapkan *halal assurance system* yang berlapis mulai dari audit bahan baku, proses produksi, hingga logistik. Secara prinsip, ini sejalan dengan kaidah fikih:

ٱلْأَصْلُ فِي ٱلْأَشْيَاءِ ٱلْإِبَاحَةُ إِلَّا مَا دَلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهِ[47]

Artinya:

Hukum asal segala sesuatu adalah mubah, kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

Namun demikian, kesesuaian tersebut belum sepenuhnya harmonis, karena setiap negara atau lembaga akreditasi memiliki *ijtihad* berbeda pada aspek-aspek tertentu, seperti penggunaan enzim hewani, alkohol teknis, serta praktik *cross contamination.* [48] Dalam fikih muamalah, standar halal harus pula mempertimbangkan *saddu al-dzari'ah* (menutup jalan kerusakan), artinya celah yang berpotensi menimbulkan keraguan harus dicegah sedini mungkin.[49] Hal ini menuntut keterbukaan standar sertifikasi lintas negara agar tidak hanya berorientasi komersial, tetapi juga patuh pada maslahat umat.

Contoh ketidaksesuaian muncul pada praktik sertifikasi silang: misalnya, beberapa negara OIC mengimpor daging halal dari Brazil atau Australia tanpa *traceability* memadai sesuai *fiqh al-dzabaih* (penyembelihan). Padahal, Imam Syafi'i[50] dan Mazhab Hambali[51] menekankan pentingnya kepastian *dzabihah syar'iyyah* sebagai rukun sahnya konsumsi daging hewan. Ini menunjukkan perlunya *ijtihad jama'i* dalam forum standarisasi internasional. Dalam konteks produksi dan distribusi, rantai pasok halal harus

[47] Muḥammad Muṣṭafā Al-Zuḥaylī, *Al-Qawā'id al-Fiqhiyyah Wa Taṭbīqātuhā Fī al-Madhāhib al-Arba'ah*, 1st ed. (Damaskus: Dār al-Fikr, 2006).

[48] Jannat and Islam, "Consumers' Purchase Intention towards Certified Halal Foods."

[49] 'Iyāḍ ibn Nāmi Al-Sulamī, *Uṣūlu Al-Fiqhi Alladhī Lā Yasa'u al-Faqīha Jahluḥu*, 1st ed., vol. 1 (Riyad: Dār al-Tadmuriyyah, 2005).

[50] Al-Nawawī, *Al-Majmū' Syarḥ al-Muhażżab*, 1st ed., vol. 8 (Kairo: Idārah al-Ṭibā'ah al-Manīriyah, 1998).

[51] Abū Muḥammad Ibnu Qudāmah, *Al-Mugnī*, vol. 9 (Kairo: Maktabah al-Qāhirah, 1968).

diatur dengan prinsip kejujuran dan *al-mas'uliyyah* (pertanggungjawaban). Penelitian Budiyoko menegaskan bahwa industri halal yang mengabaikan aspek *traceability* justru membuka celah bagi praktik manipulasi atau pencampuran zat non-halal.[52] Hal ini bertentangan dengan kaidah *"Al-masyaqqah tajlibu al-taysir"*, karena standarisasi yang beragam justru mempersulit konsumen Muslim untuk memastikan kehalalan produk secara global.

Demikian halnya dengan proses penyembelihan hewan oleh negara-negara musyrik. Dalam perspektif hukum Islam, terdapat empat prasyarat utama yang harus terpenuhi agar suatu proses penyembelihan hewan dinilai sah secara syar'i. Syarat pertama berkaitan dengan *ahlīyyah al-mużakkī* atau kelayakan personal penyembelih. Individu yang melaksanakan penyembelihan haruslah seorang yang memiliki akal sehat dan menganut agama samawi, yakni Islam atau termasuk golongan *ahlulkitāb* (Yahudi dan Nasrani). Dengan demikian, penyembelihan yang dilakukan oleh individu yang kehilangan kesadaran atau tidak memiliki kecakapan berpikir, seperti orang gila, orang yang sedang berada dalam pengaruh alkohol, serta anak kecil yang belum mencapai tingkat *tamayyuz* (belum mampu membedakan baik dan buruk), dinyatakan tidak sah. Hal ini disebabkan oleh ketidaksempurnaan akal yang menjadi syarat mutlak dalam penetapan niat penyembelihan secara sah menurut syariat.[53]

Lebih lanjut, penyembelihan yang dilakukan oleh individu yang tergolong musyrik, seperti penyembah berhala, penganut ajaran Majusi, orang murtad, maupun mereka yang mengkultuskan makam, memohon kepada orang mati, atau mencari perlindungan dan pertolongan dari penghuni kubur, dinyatakan tidak halal. Praktik-praktik semacam ini tergolong dalam kategori *syirik akbar* yang membatalkan keabsahan ibadah, termasuk dalam hal ini penyembelihan. Adapun penyembelihan yang dilakukan oleh setiap Muslim dan *ahlulkitāb*, baik laki-laki maupun perempuan, dianggap halal dan boleh dikonsumsi.[54] Allah *Subhānahu wa Ta'āla* berfirman Q.S. al-Māidah/5:5.

وَطَعَامُ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ حِلٌّ لَّكُمْ وَطَعَامُكُمْ حِلٌّ لَّهُمْ

Terjemahnya:

Makanan (sembelihan) orang-orang ahlulkitab itu halal bagimu

Al-Albānī menukilkan perkataan Ibnu 'Abbās tentang firman Allah Swt., "*Ṭa'āmuhum*" (makanan mereka) dalam ayat tersebut maksudnya adalah *żabāhuhum* (sembelihan mereka).[55] Para ulama menjelaskan bahwa hasil buruan dinyatakan halal apabila dilakukan oleh seorang Muslim atau anggota Ahlu kitab, dengan syarat pelaku memenuhi kriteria sahnya penyembelihan, termasuk menyebut nama Allah saat melepaskan hewan buruan atau alat yang digunakan untuk memburu.[56] Adapun buruan yang berasal dari seorang musyrik, yang tidak tergolong dalam Ahlu kitab, tidak dianggap sah menurut ketentuan syariat.[57] Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kesesuaian standar sertifikasi halal internasional dengan fikih muamalah pada dasarnya ada pada

[52] Budiyoko et al., "Halal Certification of Agricultural Export Commodities: Opportunities and Challenges."

[53] Ṣāliḥ bin Fauzān Al-Fauzān, *Al-Mulakhkhaṣ al-Fiqhī* (Riyad: Dār al-ʿĀṣimah, 1996).

[54] Ibid.

[55] Nāṣiruddīn Al-Albānī, *Irwāʾ Al-Galīl Fī Takhrīj Aḥādīṡ Manār al-Sabīl* (Beirut, 1985).

[56] Muhammad bin Ṣāliḥ Al-'Uṡaymīn, *Al-Syarḥ al-Mumti' Alā Zād al-Mustaqni,'* 1st ed., vol. 15 (Mesir: Dār Ibn al-Jawzī, 2000).

[57] Ibnu Qudāmah, *Al-Mugnī.*

tujuan intinya (*maqashid*), tetapi praktiknya masih menghadapi tantangan harmonisasi, *ijtihad kontemporer*, dan *mutual recognition*. Oleh karena itu, peran Indonesia melalui *halal economic diplomacy* di forum aliansi global menjadi sangat penting untuk memastikan kesepahaman standar yang sesuai dengan *hukum syariah*.[58] [59]

Selain fragmentasi standar halal yang memicu gap *traceability*, persoalan otoritas keagamaan juga menjadi sumber tantangan dalam kesesuaian sertifikasi halal internasional dengan fikih muamalah. Dalam literatur hukum Islam klasik, otoritas penetapan kehalalan (*tahkim*) adalah wewenang *ahl al-hall wa al-'aqd* (ulama atau lembaga resmi negara Muslim). Namun, dalam praktik global, sering kali sertifikasi dilakukan oleh badan swasta yang orientasinya dominan pada perdagangan. Hal ini membuka potensi sengketa pengakuan (*recognition disputes*) antar negara Muslim.

Sebagai contoh, di Uni Eropa, beberapa Lembaga Sertifikasi Halal (LSH) muncul tanpa otoritas agama lokal, tetapi tetap memasarkan produk halal ke pasar OIC. Padahal, dalam *fiqh muamalah*, status otoritas ini penting untuk *qaḍā'* (keputusan hukum) agar memenuhi prinsip *al-amanah* dan *mas'uliyyah*. Sengketa sertifikasi lintas negara ini juga berpotensi memicu praktik monopoli oleh lembaga besar yang mendominasi pasar akreditasi halal global yang dari perspektif fikih, bertentangan dengan prinsip *la dharar wa la dhirār.* Dalam konteks *Lā ḍarar*, kaidah ini melarang perbuatan yang mendatangkan bahaya bagi diri sendiri atau orang lain, contohnya mengonsumsi makanan yang berbahaya, sedangkan *lā ḍirār* artinya tidak memberikan kerugian atau tidak membalas keburukan orang lain.[60] [61] Selain itu, analisis fikih lintas mazhab menunjukkan adanya perbedaan tafsir dalam aspek teknis, misalnya:

- Dalam mazhab Hanafi,[62] status hewan sembelihan Ahli Kitab di luar negeri lebih longgar dibanding Syafii[63] atau Hambali.[64]
- Dalam praktik distribusi modern, *'urf* kontemporer kadang membolehkan teknologi stunning (*pingsan*) sebelum penyembelihan, tetapi beberapa madzhab tetap mempersyaratkan kesadaran hewan saat *dzabihah*.[65]

Fenomena ini menegaskan perlunya *ijtihad jama'i* lintas mazhab agar standar halal internasional tidak terjebak pada kompromi praktis yang mengabaikan *al-dar' al-mafāsid* (mencegah kerusakan) demi *maslahah* dagang semata.[66] Hal ini selaras dengan kaidah fikih:

دَرْءُ الْمَفَاسِدِ مُقَدَّمٌ عَلَى جَلْبِ الْمَصَالِحِ[67]

[58] Jannat and Islam, "Consumers' Purchase Intention towards Certified Halal Foods."

[59] Mohamed Syazwan Ab Talib and Mohd Hafiz Zulfakar, "Sustainable Halal Food Supply Chain Management in a Small Rentier Halal Market," *Arab Gulf Journal of Scientific Research* 42, no. 3 (October 23, 2024): 449–63, doi:10.1108/AGJSR-11-2022-0251/FULL/PDF.

[60] Muhammad Sidqī bin Ahmad bin Muhammad Al-Burnu, *Al-Wajīz Fī Īḍāhi al-Fiqhiyyah al-Kulliyah*, 5th ed. (Beirut: Muassasah al-Risālah, n.d.).

[61] Ali bin Abdu al-Aziz bin Ibrahīm Al-Matrūdī, *Taṭbīqu Al-Qawāid Al-Fiqhiyyah 'Ala Al-Masāil Al-Tibbiyyah* (Riyad: Universitas Imam Muhammad bin Saūd al-Islamiyyah, 2000).

[62] Abu Bakr al-Kāsānī, *Badāi' al-Ṣanāi' Fī Tartīb al-Syarāi'* (Mesir: Maṭbaʿah al-Jamāliyyah, 1989).

[63] Al-Nawawī, *Al-Majmū' Syarḥ al-Muhażżab*.

[64] Ibnu Qudāmah, *Al-Mugnī*.

[65] Al-Qurṭubī, *Al-Jāmiʿ Li Aḥkām Al-Qur'ān* (Kairo: Dār al-Kutub al-Miṣriyyah, 1964).

[66] Arwani et al., "Halal-Thayyib, Food Products, and the Halal Industry: A Thematic Analysis on the Verses of the Qur'an."

[67] Alī Ahmad Al-Nadawī, *Al-Qawā'id Al-Fiqhiyyah* (Jeddah: Dār al-Basyīr, n.d.).

Artinya:

Mencegah kerusakan harus didahulukan daripada menarik kemaslahatan.

Para ulama menjelaskan bahwa disyariatkannya penyembelihan secara syar‘i mengandung berbagai hikmah yang bersifat fungsional dan spiritual. Pertama, daging hewan baru dianggap baik dan layak dikonsumsi apabila darahnya telah keluar secara sempurna, dan hal tersebut hanya dapat dicapai melalui proses penyembelihan (ذبح) atau penusukan di bawah leher (نحر). Oleh karena itu, bangkai diharamkan karena masih mengandung darah yang mengalir (الدم المسفوح), yang secara syar‘i termasuk unsur najis dan haram.[68] Kedua, praktik penyembelihan merupakan pengingat akan kedudukan mulia manusia yang diizinkan Allah untuk mengambil nyawa hewan demi kebutuhan konsumsi dan pemanfaatan setelah kematiannya.[69] Ketiga, metode penyembelihan yang ditetapkan syariat memberikan jalan paling mudah dan minim penderitaan dalam proses pencabutan nyawa hewan, jika dibandingkan dengan metode lainnya.[70] Keempat, mengingat darah yang mengalir tergolong najis dan tidak dapat dimanfaatkan dalam syariat, maka cara yang sah untuk mengeluarkannya secara sempurna hanyalah melalui penyembelihan atau penusukan sesuai ketentuan syar‘i.[71]

Dari sudut pendekatan hukum internasional, absennya mekanisme *dispute resolution* berbasis fikih muamalah membuat forum seperti IHAF atau OIC Halal Board belum sepenuhnya efektif. Inilah mengapa Indonesia perlu mendorong *Halal Dispute Board* yang terhubung dengan prinsip-prinsip syariah agar sengketa sertifikasi tidak hanya diselesaikan secara komersial, tetapi juga mematuhi hukum muamalah.

Kaidah Fikih *Lā Ḍarar Wa Lā Ḍirār* sebagai Dasar Perlindungan Konsumen Muslim di Pasar Global

Kaidah fikih *lā ḍarar wa lā ḍirār* memegang peranan strategis dalam membentuk arah dan kerangka normatif diplomasi ekonomi halal Indonesia di tingkat global. Dalam konteks ini, prinsip tersebut menjadi fondasi yang menegaskan bahwa segala bentuk kebijakan, regulasi, maupun representasi Indonesia dalam sistem sertifikasi halal internasional harus berorientasi pada perlindungan terhadap umat Islam dari potensi bahaya atau kerugian. Bahaya tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek material, tetapi juga mencakup dimensi spiritual dan keyakinan keagamaan, seperti ketika produk halal yang beredar di pasar global tidak memiliki kejelasan dalam proses sertifikasinya atau mengandung unsur yang meragukan kehalalannya.[72] Dalam kondisi seperti ini, negara memiliki kewajiban syar‘i untuk tampil sebagai pelindung konsumen Muslim.[73]

Lebih jauh, apabila standar halal internasional dirancang sedemikian rupa sehingga hanya dapat dipenuhi oleh korporasi besar non-Muslim, sementara pelaku usaha

[68] Al-Qurṭubī, *Al-Jāmiʿ Li Aḥkām Al-Qur’ān*.

[69] Al-Ḥaṭṭāb al-Ruʿīnī, *Mawāhib Al-Jalīl Fī Syarḥ Mukhtaṣar Khalīl*, 1st ed., vol. 4 (Beirut: Dār al-Fikr, 1992).

[70] Al-‘Adawī, *Ḥāsyiyah Al-‘Adawī ‘alā Syarḥ Kifāyah al-Ṭālib al-Rabbānī*, 1st ed., vol. 1 (Beirut: Dār al-Fikr, 1994).

[71] Al-Qurṭubī, *Al-Jāmiʿ Li Aḥkām Al-Qur’ān*.

[72] Arwani et al., “Halal-Thayyib, Food Products, and the Halal Industry: A Thematic Analysis on the Verses of the Qur’an.”

[73] Dwi Vita Lestari Soehardi, *The Role of Halal Certification in the Halal Industry*, 2023, https://prosiding.iainponorogo.ac.id/index.php/aicie.

kecil dan menengah dari kalangan umat Islam mengalami hambatan teknis dan biaya, maka hal itu termasuk bentuk *ḍarar iqtisādī* (bahaya ekonomi). Ketimpangan ini tidak hanya menciptakan diskriminasi struktural dalam sistem perdagangan global, tetapi juga berpotensi melemahkan kemandirian ekonomi umat Islam.[74] Oleh sebab itu, diplomasi halal Indonesia harus membawa misi perlindungan bagi pelaku usaha lokal, khususnya UMKM halal, agar dapat bersaing secara adil tanpa terbebani standar yang tidak proporsional. Dalam hal ini, kaidah *lā ḍarar wa lā ḍirār* menjadi legitimasi fikih yang mengharuskan negara mencegah segala bentuk kebijakan global yang merugikan umat.

Selain itu, aspek lain yang tidak kalah penting adalah perlindungan terhadap integritas nilai-nilai syariah dalam proses sertifikasi halal. Terdapat kecenderungan dalam beberapa sistem audit halal internasional yang mengabaikan prinsip *zabīḥah,* penyembelihan sesuai syariat Islam dan hanya menekankan aspek higienitas atau keamanan pangan. Padahal, salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam penyembelihan adalah mengucapkan *tasmiyyah* [75] dan alat yang digunakan untuk menyembelih haruslah tajam dan mampu mengalirkan darah karena ketajamannya, baik terbuat dari besi, batu, maupun bahan lain yang memiliki ketajaman serupa,[76] berdasarkan sabda Rasulullah saw.:

عَنْ رَافِعِ بْنِ خَدِيْجٍ قَالَ: قَالَ رَسُوْلُ اللهِ ﷺ مَا أَنْهَرَ الدَّمَ وَذُكِرَ اِسْمُ اللهِ عَلَيْهِ فَكُلُوْا، لَيْسَ السِّنَّ وَالظُّفُرَ(رَوَهُ الْبُخَارِيْ)[77]

Artinya:

Apa pun yang dapat mengalirkan darah (dengan ketajamannya) dan dibacakan terhadapnya nama Allah, maka makanlah, kecuali gigi dan kuku. (HR. Bukhari)

Ibnu al-Qayyim menjelaskan bahwa larangan menyembelih menggunakan tulang sebagaimana disebut dalam hadis merupakan isyarat bahwa tulang bukanlah alat yang sah untuk menyembelih. Hal ini disebabkan sebagian tulang dianggap najis atau berpotensi menajiskan makhluk beriman dari kalangan jin.[78] Adapun syarat ketiga dalam penyembelihan adalah memotong bagian vital leher yang meliputi: *al-ḥulqūm* (tenggorokan/saluran pernapasan), *al-marī'* (kerongkongan/saluran makanan dan minuman), serta salah satu dari dua pembuluh darah besar di leher (*al-wadajān*).[79] [80] Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa keempat bagian tersebut merupakan komponen utama yang harus dipotong dalam proses penyembelihan. Namun, menurut

[74] Dwi Vita Lestari Soehardi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau, *The Role of Halal Certification in the Halal Industry*, 2023, https://prosiding.iainponorogo.ac.id/index.php/aicie; Rafiu Kunle Showole and Haruna Babatunde Jaiyeoba, "The Impacts of Supply Chain Integration on Halal SMEs Supply Chain Performance: The Mediating Role of Innovativeness," *Halalsphere* 4, no. 1 (January 31, 2024): 48–54, doi:10.31436/HS.V4I1.82.

[75] Aḥmad al-Ṣāwī, *Ḥāsyiyah Al-Ṣāwī ʿalā al-Syarḥ al-Ṣagīr*, 1st ed., vol. 2 (Beirut: Dār al-Maʻārif, n.d.).

[76] Al-Fauzān, *Al-Mulakhkhaṣ al-Fiqhī*.

[77] Muhammad bin Ismāīl Al-Bukhāri, *Sahīh Bukhāri* (Beirut: Dar 'Alamiyah, 2016).

[78] Ibnu al-Qayyim, *Iʿlām Al-Muwaqqiʿīn ʿan Rab al-ʿĀlamīn*, 1st ed., vol. 4 (Beirut: Dār al-Kutub al-ʿIlmiyyah, 1991).

[79] Al-Fauzān, *Al-Mulakhkhaṣ al-Fiqhī*.

[80] Faḍl bin 'Abdullāh Murād, *Al-Muqaddimah Fī Fiqhi al-'Aṣr*, 2nd ed., vol. 2 (Yaman: Al-Jīl al-Jadīd Nāsyirūn, 2016).

pendapat yang lebih kuat, cukup memotong tiga dari empat bagian tersebut agar penyembelihan dianggap sah.Tidak disyaratkan bagian yang terpotong harus termasuk tenggorokan, sebab memotong dua urat besar (*wadajān*) lebih efektif dalam mempercepat keluarnya darah dibandingkan hanya memotong tenggorokan.[81]

Dengan demikian, penyusunan dan penerimaan standar penyembelihan halal di tingkat internasional harus memperhatikan rincian hukum-hukum ini secara seksama. Mengabaikannya demi kompromi standar global justru dapat merusak prinsip-prinsip utama syariat, dan oleh sebab itu prinsip *lā ḍarar wa lā ḍirār* wajib dihadirkan sebagai benteng normatif demi melindungi kemaslahatan umat dan otentisitas hukum Islam dalam praktik konsumsi halal. Jika Indonesia sebagai negara Muslim terbesar di dunia menerima sistem seperti ini tanpa sikap kritis, maka dikhawatirkan akan terjadi penyimpangan serius terhadap *maqāṣid al-sharī'ah*. Oleh karena itu, prinsip *lā ḍarar wa lā ḍirār* harus digunakan sebagai tameng untuk memastikan bahwa standar internasional tetap tunduk pada norma-norma syariat yang hakiki.

Dengan menjadikan kaidah ini sebagai acuan utama dalam diplomasi ekonomi halal, Indonesia tidak lagi sekadar menjadi pasar pasif dalam arus perdagangan halal global, melainkan tampil sebagai aktor strategis yang memperjuangkan sistem yang adil, inklusif, dan sesuai syariat. Hal ini juga membuka ruang bagi Indonesia untuk memimpin dalam membentuk arsitektur halal global yang tidak hanya berorientasi pada profit dan efisiensi industri, tetapi juga menjunjung tinggi perlindungan terhadap keyakinan, etika, dan kesejahteraan umat Islam. Dengan demikian, pendekatan berbasis *lā ḍarar wa lā ḍirār* menjadikan diplomasi ekonomi halal sebagai instrumen yang tidak hanya legal secara fikih, tetapi juga visioner dalam konteks peradaban global.

Implementasi dalam Diplomasi Ekonomi Halal

Implementasi prinsip *lā ḍarar wa lā ḍirār* dalam diplomasi ekonomi halal Indonesia dapat direalisasikan melalui partisipasi aktif dalam forum-forum halal internasional, seperti *World Halal Council (WHC)*, *International Halal Accreditation Forum (IHAF)*, dan *Organisasi Kerja Sama Islam (OKI)*. Dalam forum-forum tersebut, Indonesia memiliki ruang strategis untuk menyuarakan penolakan terhadap standar halal yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam atau yang berpotensi merugikan umat Islam secara global. Salah satu contoh konkret adalah praktik *dual standard* dalam sertifikasi halal—di mana produk yang ditujukan untuk pasar non-Muslim disertifikasi dengan ketentuan yang lebih longgar dibandingkan produk untuk pasar Muslim. Hal ini jelas bertentangan dengan kaidah *lā ḍarar wa lā ḍirār*, karena menimbulkan ketidakadilan dan merendahkan kualitas kehalalan produk yang beredar di masyarakat Muslim.

Selain menolak standar yang merugikan, Indonesia juga harus secara proaktif mendorong harmonisasi standar halal internasional yang berbasis pada *maqāṣid al-sharī'ah*, terutama prinsip pemeliharaan agama (*ḥifẓ ad-dīn*) dan jiwa (*ḥifẓ an-nafs*). Dalam hal ini, prinsip non-kerugian (*al-lā ḍarar*) menjadi fondasi utama dalam negosiasi pengakuan timbal balik (*mutual recognition*) antar lembaga halal internasional. Sebagai contoh, apabila suatu negara mengakui produk halal tanpa memperhatikan aspek penyembelihan sesuai syariat Islam (*zabīḥah*), maka hal tersebut harus ditolak oleh Indonesia karena merupakan bentuk pelanggaran terhadap prinsip kehalalan yang sah

[81] Ibnu Taimiyyah, *Al-Ikhtiyārāt al-Fiqhiyyah*, 3rd ed., vol. 2 (Beirut: Dār Ibn Ḥazm, 2019).

menurut fikih muamalah. Dalam konteks ini, diplomasi halal Indonesia harus berbasis nilai, bukan semata-mata pada kompromi industri.

Lebih jauh, kaidah *lā ḍarar wa lā ḍirār* juga relevan dalam konteks perlindungan terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) halal di Indonesia. Salah satu tantangan besar yang dihadapi UMKM adalah kompleksitas prosedur sertifikasi halal yang membutuhkan biaya, waktu, dan tenaga yang tidak proporsional dengan kapasitas usaha mereka. Ketika regulasi halal didesain terlalu teknokratis dan sentralistik tanpa memberikan ruang keberpihakan terhadap pelaku usaha kecil, maka hal itu tergolong sebagai *ḍarar iqtisādī* yang harus dicegah. Oleh karena itu, dalam setiap perumusan standar halal internasional, Indonesia perlu mengadvokasi pendekatan inklusif yang memungkinkan UMKM halal lokal dapat terlibat dan berkembang secara adil dalam rantai nilai halal global.

Dengan mengintegrasikan prinsip *lā ḍarar wa lā ḍirār* dalam setiap lini kebijakan diplomasi halal, baik pada tingkat negosiasi, harmonisasi, maupun perlindungan domestik, Indonesia akan mampu memainkan peran ganda: sebagai penjaga kepentingan syariat di tingkat global, dan sebagai pelindung ekonomi umat di tingkat lokal. Strategi ini akan membentuk model diplomasi halal yang tidak hanya berbasis kepentingan nasional (national interest), tetapi juga dilandasi oleh nilai-nilai universal Islam yang menekankan keadilan, kemaslahatan, dan perlindungan dari segala bentuk bahaya (*mafsadah*). Dengan demikian, diplomasi halal Indonesia akan memiliki legitimasi tidak hanya di mata dunia internasional, tetapi juga di hadapan umat dan dalam bingkai hukum Islam

KESIMPULAN

Harmonisasi standar sertifikasi halal internasional dengan prinsip fikih muamalah merupakan upaya penting dalam menjamin kehalalan produk yang beredar di pasar global. Analisis ini menunjukkan bahwa secara umum, standar internasional memiliki titik temu dengan maqāṣid al-syarī‘ah, khususnya dalam aspek *thahārah, ḥalāl al-dzabīḥah*, dan *istibrā’*. Namun demikian, praktik aktual di berbagai negara sering kali tidak sepenuhnya konsisten dengan tuntunan fikih muamalah klasik maupun kontemporer. Perbedaan ijtihad mengenai enzim hewani, alkohol teknis, serta mekanisme traceability menjadi titik rawan yang mengganggu kepercayaan konsumen Muslim.

Fragmentasi standar ini memunculkan tantangan serius dalam aspek kejelasan hukum (*qaḍā’*), otoritas keagamaan, dan potensi kerugian konsumen Muslim secara global. Hal ini menegaskan urgensi ijtihad *jamā‘ī* lintas mazhab serta pentingnya membangun sistem mutual recognition yang berpijak pada prinsip-prinsip *al-amānah, al-mas’ūliyyah, saddu al-dzarī‘ah*, dan *dar’ al-mafāsid*. Ketimpangan otoritas dalam pemberian sertifikat halal juga membuka celah bagi praktik monopolistik dan potensi syubhat dalam perdagangan internasional, yang bertentangan dengan kaidah *lā ḍarar wa lā ḍirār*.

Dalam konteks ini, diplomasi ekonomi halal Indonesia berpotensi menjadi aktor strategis dalam merintis harmonisasi standar halal global yang berbasis fikih muamalah. Indonesia dapat mendorong pembentukan *Halal Dispute Board* internasional yang menampung prinsip-prinsip syariah sebagai kerangka penyelesaian sengketa sertifikasi halal antarnegara. Langkah ini akan memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat halal global sekaligus menjaga integritas hukum Islam dalam sistem ekonomi global. Penelitian ini memiliki implikasi teoretis dan praktis dengan menegaskan pentingnya integrasi fikih muamalah dan kaidah *lā ḍarar wa lā ḍirār* dalam desain harmonisasi

standar sertifikasi halal internasional serta strategi diplomasi ekonomi halal Indonesia, sehingga negara tidak hanya bertindak sebagai *rule taker* tetapi sebagai *norm entrepreneur* yang memperjuangkan perlindungan konsumen Muslim dan daya saing industri halal nasional di pasar global. Namun demikian, kajian ini masih dibatasi oleh sifatnya yang berbasis studi pustaka dan analisis normatif, tanpa verifikasi empiris terhadap aktor kunci seperti BPJPH, MUI, pelaku industri, dan lembaga sertifikasi halal luar negeri, serta belum menguji secara kuantitatif dampak kerangka *Halal Economic Diplomacy Framework* yang ditawarkan terhadap kinerja ekspor atau pengakuan sertifikat halal Indonesia. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan studi komparatif lintas negara dan lintas lembaga sertifikasi, menggabungkan pendekatan *mixed methods* dengan wawancara mendalam dan analisis data perdagangan, serta menguji operasionalisasi kaidah *lā ḍarar wa lā ḍirār* dalam indikator kebijakan yang terukur sehingga kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat diuji, diperkaya, dan diimplementasikan secara lebih konkret dalam kebijakan diplomasi halal Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Ab Talib, Mohamed Syazwan, Abu Bakar Abdul Hamid, and Mohd Hafz Zulfakar. "Halal Supply Chain Critical Success Factors: A Literature Review." *Journal of Islamic Marketing* 6, no. 1 (March 9, 2015): 44–71. doi:10.1108/JIMA-07-2013-0049/FULL/XML.

Ab Talib, Mohamed Syazwan, and Mohd Hafiz Zulfakar. "Sustainable Halal Food Supply Chain Management in a Small Rentier Halal Market." *Arab Gulf Journal of Scientific Research* 42, no. 3 (October 23, 2024): 449–63. doi:10.1108/AGJSR-11-2022-0251/FULL/PDF.

Abu Bakr al-Kāsānī. *Badāi' al-Ṣanāi' Fī Tartīb al-Syarāi'*. Mesir: Maṭbaʿah al-Jamāliyyah, 1989.

Al-'Adawī. *Ḥāsyiyah Al-'Adawī 'alā Syarḥ Kifāyah al-Ṭālib al-Rabbānī*. 1st ed. Vol. 1. Beirut: Dār al-Fikr, 1994.

Al-Albānī, Nāṣiruddīn. *Irwāʾ Al-Galīl Fī Takhrīj Aḥādīṡ Manār al-Sabīl*. Beirut, 1985.

Al-Burnu, Muhammad Sidqī bin Ahmad bin Muhammad. *Al-Wajīz Fī Īḍāhi al-Fiqhiyyah al-Kulliyah*. 5th ed. Beirut: Muassasah al-Risālah, n.d.

Al-Fauzān, Ṣāliḥ bin Fauzān. *Al-Mulakhkhaṣ al-Fiqhī*. Riyad: Dār al-ʿĀṣimah, 1996.

Al-Ḥaṭṭāb al-Ruʿīnī. *Mawāhib Al-Jalīl Fī Syarḥ Mukhtaṣar Khalīl*. 1st ed. Vol. 4. Beirut: Dār al-Fikr, 1992.

Ali, Md Yunus, Puteri Zahrah Aminan Abdul Ghaffar, Shahriar Kabir, and Sa'adiah Munir. "Halal Food Export and Malaysia's Potential: The Applicability of the Gravity Theory of Trade." *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 2 (January 13, 2022): 309–28. doi:10.1108/JIMA-01-2020-0019.

Ali, Mohd Helmi, Kim Hua Tan, and Md Daud Ismail. "A Supply Chain Integrity Framework for Halal Food." *British Food Journal* 119, no. 1 (2017): 20–38. doi:10.1108/BFJ-07-2016-0345/FULL/XML.

Al-Matrūdī, Ali bin Abdu al-Aziz bin Ibrahīm. *Taṭbīqu Al-Qawāid Al-Fiqhiyyah 'Ala Al-Masāil Al-Tibbiyyah*. Riyad: Universitas Imam Muhammad bin Saūd al-Islamiyyah, 2000.

Al-Nadawī, Alī Ahmad. *Al-Qawā'id Al-Fiqhiyyah*. Jeddah: Dār al-Basyīr, n.d.

Al-Nawawī. *Al-Majmū' Syarḥ al-Muhażżab*. 1st ed. Vol. 8. Kairo: Idārah al-Ṭibā'ah al-Manīriyah, 1998.

Al-Qurṭubī. *Al-Jāmiʿ Li Aḥkām Al-Qur'ān*. Kairo: Dār al-Kutub al-Miṣriyyah, 1964.

Alserhan, Baker Ahmad. "On Islamic Branding: Brands as Good Deeds." *Journal of Islamic Marketing* 1, no. 2 (June 25, 2010): 101–6. doi:10.1108/17590831011055842/FULL/XML.

Al-Sulamī, 'Iyāḍ ibn Nāmi. *Uṣūlu Al-Fiqhi Alladhī Lā Yasa'u al-Faqīha Jahluḥu*. 1st ed. Vol. 1. Riyad: Dār al-Tadmuriyyah, 2005.

Al-'Uṡaymīn, Muhammad bin Ṣāliḥ. *Al-Syarḥ al-Mumti' Alā Zād al-Mustaqni.'* 1st ed. Vol. 15. Mesir: Dār Ibn al-Jawzī, 2000.

Al-Zuḥaylī, Muḥammad Muṣṭafā. *Al-Qawā'id al-Fiqhiyyah Wa Taṭbīqātuhā Fī al-Madhāhib al-Arba'ah*. 1st ed. Damaskus: Dār al-Fikr, 2006.

Arwani, Wawan, Aan Jaelani, Slamet Firdaus, and Tica Fatichah Hanim. "Halal-Thayyib, Food Products, and the Halal Industry: A Thematic Analysis on the Verses of the Qur'an." *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah* 14, no. 1 (July 7, 2022): 99. doi:10.24235/AMWAL.V14I1.10830.

"Australian Red Meat Export Statistics - DAFF." Accessed July 19, 2025. https://www.agriculture.gov.au/biosecurity-trade/export/controlled-goods/meat/statistics?utm_source=chatgpt.com.

Bonne, Karijn, and Wim Verbeke. "Muslim Consumer Trust in Halal Meat Status and Control in Belgium." *Meat Science* 79, no. 1 (May 1, 2008): 113–23. doi:10.1016/J.MEATSCI.2007.08.007.

"Brazil's Growing Interest in Halal Exports | The Poultry Site." Accessed July 19, 2025. https://www.thepoultrysite.com/news/2008/11/brazils-growing-interest-in-halal-exports?utm_source=chatgpt.com.

Budiyoko, Budiyoko, Malinda Aptika Rachmah, Wahyu Adhi Saputro, Dewanti Risa Utami, and Kunandar Prasetyo. "Halal Certification of Agricultural Export Commodities: Opportunities and Challenges." *Journal of Halal Product and Research* 5, no. 2 (December 21, 2022): 52–61. doi:10.20473/jhpr.vol.5-issue.2.52-61.

Destriyansah, Wahyu, Imsar Imsar, and Muhammad Ikhsan Harahap. "Analysis of the Influence of the Halal Industry on Indonesia's Economic Growth." *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi* 13, no. 2 (September 29, 2023): 232–45. doi:10.30741/WIGA.V13I2.1117.

Hakim, Moh. Fathoni, and Ridha Amaliyah. "Competing Global and Local Halal Standards: Indonesia's Strategy in Increasing Halal Food Exports After Ratifying SMIIC." *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 6, no. 2 (November 15, 2024): 193–210. doi:10.21580/JDMHI.2024.6.2.23610.

"Halal Cosmetics Market Size, Top Brands & Forecast [2033]." Accessed July 19, 2025. https://www.imarcgroup.com/halal-cosmetics-market?utm_source=chatgpt.com.

"Halal Matters: Islam, Politics and Markets in Global Perspective - 1st." Accessed July 19, 2025. https://www.routledge.com/Halal-Matters-Islam-Politics-and-Markets-in-Global-Perspective/Bergeaud-Blackler-Fischer-Lever/p/book/9781138812765?srsltid=AfmBOorBqs4ttQxseBOshebXFsmu_I7Ul9nAnM5se7mzcncqqMljwpra.

"Halal Meat Statistics and Facts (2025)." Accessed July 19, 2025. https://media.market.us/halal-meat-statistics/?utm_source=chatgpt.com.

Haque, Ahasanul, Abdullah Sarwar, Farzana Yasmin, Arun Kumar Tarofder, and Mirza Ahsanul Hossain. "Non-Muslim Consumers' Perception toward Purchasing Halal

Food Products in Malaysia." *Journal of Islamic Marketing* 6, no. 1 (March 9, 2015): 133–47. doi:10.1108/JIMA-04-2014-0033/FULL/XML.

Ibnu Qudāmah, Abū Muḥammad. *Al-Mugnī*. Vol. 9. Kairo: Maktabah al-Qāhirah, 1968.

"India Spices Market 2024: A Valuation of INR 4,70,339 Crores Predicted by 2032 | IMARC Group - Industry Today." Accessed July 19, 2025. https://industrytoday.co.uk/market-research-industry-today/india-spices-market-2024-a-valuation-of-inr-470339-crores-predicted-by-2032-imarc-group?utm_source=chatgpt.com.

Jafari, Aliakbar. "Johan Fischer -the Halal Frontier: Muslim Consumers in a Globalized Market." *International Journal of Market Research* 54, no. 5 (2012). doi:10.2501/IJMR-54-5-723-729.

Jannah, Muti'ah Nurul, Suryani Suryani, and Efi Syarifudin. "Halal Economic Ecosystem of Indonesia and Thailand through Halal Certification Bodies (BPJPH & CICOT)." *Al Dzahab* 6, no. 1 (March 23, 2025): 55–62. doi:10.32939/DHB.V6I1.4937.

Jannat, Muhsina, and Md. Monirul Islam. "Consumers' Purchase Intention towards Certified Halal Foods." *International Journal of Islamic Marketing and Branding* 4, no. 3/4 (2019): 228. doi:10.1504/IJIMB.2019.107287.

Journal, Asean, Dhefara Harsaning Djati, and Danang Rosadi. "Asean Journal of Halal Studies Development of the Halal Industry Towards the Growth of the Islamic Economy in Indonesia," n.d. doi:10.26740/ajhs.v2i01.43604.

Masron, Tajul Ariffin, Nik Hadivan Nik Azman, and Siti Hasnah Hassan. "Halal Development and Food Exports: Evidence from Malaysia and the Middle Eastern Asian Countries." *Jurnal Ekonomi Malaysia* 48, no. 2 (2014): 61–69. doi:10.17576/JEM-2014-4802-06.

Masruroh, Nikmatul. "The Competitiveness of Indonesian Halal Food Exports in Global Market Competition Industry." *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (July 1, 2020): 25–48. doi:10.21580/economica.2020.11.1.3709.

Meydiyana Sagita, Alda. "Halal Certification Policy in Indonesia and the World Trade Organization." *International Journal of Integrated Science and Technology (IJIST)* 2, no. 9 (2024): 795–810. doi:10.59890/ijist.v2i9.2396.

Nurdiana, Nurdiana, Siradjuddin Siradjuddin, and Rahmawati Muin. "The Halal Industry in Southeast Asia: A Comparison of the Development of Indonesia and Thailand." *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 4, no. 6 (June 25, 2025): 2619–26. doi:10.55927/fjmr.v4i6.270.

"Posisi Indonesia Dalam State of The Global Islamic Econom..." Accessed July 19, 2025. https://iaei.or.id/id/berita-dan-artikel/artikel/posisi-indonesia-dalam-sgie.

Putri, Arinda Soraya, Nazhifa Rahmi Susilo, Ardhy Yuliawan Norma Sakti, and Danis Eka Prasetya Wicaksana. "The Development of Halal Supply Chain Research in Indonesia: A Comparative Study." *Jurnal Teknik Industri* 25, no. 2 (August 31, 2024): 97–118. doi:10.22219/JTIUMM.VOL25.NO2.97-118.

Rahman, Muhammad Khalilur, Shaharin Akter, and Suhaiza Zailani. "Operation of Halal Supply Chain Management: Challenges, Opportunities, and Strategies." *Islamic Operations Management: Theories and Applications*, April 16, 2024, 176–87. doi:10.4324/9781003289050-15.

Rohaeni, Yeni, and Ahmad Hidayat Sutawijaya. "PENGEMBANGAN MODEL KONSEPTUAL MANAJEMEN RANTAI PASOK HALAL STUDI KASUS

INDONESIA." *J@ti Undip : Jurnal Teknik Industri* 15, no. 3 (September 30, 2020): 177–88. doi:10.14710/JATI.15.3.177-188.

Salehudin, Imam, and Bagus Adi Luthfi. "Marketing Impact of Halal Labeling toward Indonesian Muslim Consumer's Behavioral Intention Based on Ajzen's Planned Behavior Theory: Policy Capturing Studies on Five Different Product Categories." *ASEAN Marketing Journal* 3, no. 1 (October 23, 2013). doi:10.21002/AMJ.V3I1.2013.

"State of the Global Islamic Economy Report." Accessed July 19, 2025. https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report-2023.

"State of the Global Islamic Economy Report." Accessed July 19, 2025. https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report-2023?utm_source=chatgpt.com.

"Thailand Eyes Greater Share of Booming Global Halal Market Worth $3.1 Trillion by 2027." Accessed July 19, 2025. https://www.nationthailand.com/business/economy/40051582?utm_source=chatgpt.com.

"Top 10 Exporters Shipped Halal Meat Worth $14.04 Bn to OIC Countries - Euromeatnews.Com." Accessed July 19, 2025. https://www.euromeatnews.com/Article-Top-10-exporters-shipped-halal-meat-worth-%2414.04-bn-to-OIC-countries-/798?utm_source=chatgpt.com.

Utama, Dana Marsetiya, Shanty Kusuma Dewi, and Melania Dindha Antika. "A New Framework for Risks Mitigation Halal Food Supply Chain: A Case Study in Indonesia." *International Journal of System Assurance Engineering and Management*, 2025. doi:10.1007/S13198-025-02836-Y.

Zailani, Suhaiza, Zainal Arrifin, Nabsiah Abd Wahid, Rosly Othman, and Yudi Fernando. "Halal Traceability and Halal Tracking Systems in Strengthening Halal Food Supply Chain for Food Industry in Malaysia (A Review)." *Journal of Food Technology* 8, no. 3 (March 1, 2010): 74–81. doi:10.3923/JFTECH.2010.74.81.