

**KELAS MENENGAH MUSLIM DAN BIROKRATISASI
HALAL DI INDONESIA**



**Oleh :
Umi Khusnul Khotimah, S.Fil.I.
NIM. 16.200.100.94**

TESIS

**Diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Master of Arts (M.A.)
Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi Islam, Pembangunan dan Kebijakan Publik**

**YOGYAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Umi Khusnul Khotimah, S.Fil.I.**
NIM : 1620010094
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi : Islam Pembangunan dan Kebijakan Publik

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 22 April 2019

Yang menyatakan,



Umi Khusnul Khotimah, S.Fil.I.

NIM: 1620010094

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Umi Khusnul Khotimah, S.Fil.I.**
NIM : 1620010094
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi : Islam Pembangunan dan Kebijakan Publik

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika dikemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 22 April 2019

Yang menyatakan,



Umi Khusnul Khotimah, S.Fil.I.

NIM: 1620010094



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PASCASARJANA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 519709 Fax. (0274) 557978 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-77/Un.02/DPPs/PP.00.9/05/2019

Tugas Akhir dengan judul : KELAS MENENGAH MUSLIM DAN BIROKRATISASI HALAL DI INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : UMI KHUSNUL KHOTIMAH, S.Fil.I.
Nomor Induk Mahasiswa : 1620010094
Telah diujikan pada : Jumat, 03 Mei 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Nina Mariani Noor, SS., MA.
NIP. 19760611 000000 2 301

Penguji II

Najib Kailani, S.Fil.I., M.A., Ph.D.
NIP. 19780924 000000 1 301

Penguji III

Dr. Sunarwoto, S.Ag., M.A.
NIP. 19750805 000000 1 301

Yogyakarta, 03 Mei 2019
UIN Sunan Kalijaga



Pascasarjana
DIREKTUR
Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Hil., Ph.D.
NIP. 19711207 199503 1 002

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Direktur Program Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

WACANA DAN PRAKTIK KONSUMSI HALAL DI INDONESIA

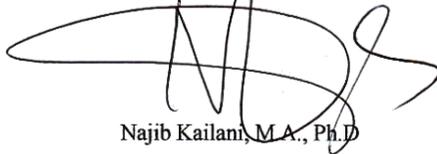
Yang ditulis oleh:

Nama : **Umi Khusnul Khotimah, S.Fil.I.**
NIM : 1620010094
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi : Islam Pembangunan dan Kebijakan Publik

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Master of Arts (M.A).

Wassalamu'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh.

Yogyakarta, 22 April 2019
Pembimbing



Najib Kailani, M.A., Ph.D

ABSTRAK

Tesis ini mengkaji tentang perkembangan budaya konsumsi halal masyarakat Muslim dari produk makanan, minuman dan obat-obatan berkembang menjadi produk non pangan. Penelitian ini berkontribusi dalam studi mengenai wacana halal terutama sebelum dan setelah Reformasi. Penelitian ini adalah studi kualitatif dengan melakukan analisis terhadap literatur-literatur terkait yang bertema budaya konsumsi Muslim dalam konteks lokal maupun global.

Tesis ini menunjukkan bahwa terdapat perubahan pola konsumsi masyarakat Muslim Indonesia dari masa Orde Baru dan pasca Reformasi. Di masa Orde Baru, wacana dan diskusi mengenai konsumsi Muslim masih berkisar mengenai produk pangan atau produk yang masuk ke dalam tubuh. Salah satu diskusi mengenai produk halal yang menyita perhatian nasional adalah kasus lemak babi tahun 1988 yang melibatkan brand-brand besar dan berpengaruh terhadap stabilitas ekonomi serta sosial. Selain itu, di masa Orde Baru, gaya keberislaman masyarakat Muslim berada dalam pantauan dan arahan negara. Hal ini berarti masyarakat Muslim tidak dapat menunjukkan ekspresi keislamannya secara bebas.

Sedangkan di masa menjelang Reformasi dan pasca Reformasi, ekspresi keberislaman masyarakat Muslim lebih terlihat dan berwarna. Dibuktikan dengan adanya jenis produk islami (*islamic product*) yaitu produk-produk pangan dan produk yang diislamkan (*islamized product*) seperti pakaian, peralatan rumah tangga dan wisata serta perumahan yang bertema islami. Hal ini disebabkan oleh masyarakat kelas menengah Muslim yang mulai tumbuh dan mewarnai budaya konsumsi mereka. Budaya konsumsi ini juga disambut oleh pemerintah dengan menetapkan UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang semakin menguatkan budaya tersebut. Namun, peraturan ini tidak terlepas dari kritik, sebab sebuah regulasi idealnya dapat menjadi alternatif yang mengedukasi masyarakat kelas menengah Muslim, bukan hanya menjadi keuntungan bagi produsen.

Kata Kunci:

Regulasi Halal, Labelisasi Halal, Islamic Product, Islamized Product.

MOTTO

Forget the past,
but remember the lesson
and enjoy the process.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Untuk Bapak dan Ibu,
Untuk kasih sayang yang tak mampu kubalas,
Ini adalah secuil rasa syukur dan baktiku kepadamu.
Mohon ampun atas segala kecewa.
Terima kasih atas segalanya.

KATA PENGANTAR

Bismillah.

Alhamdulillah. Puji serta syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas nikmat akal sehat dan kesempatan serta nikmat lain yang tak terhitung jumlahnya sehingga saya dapat menyelesaikan tesis yang berjudul: “Kelas Menengah Muslim dan Birokratisasi Halal di Indonesia” dengan penuh perjuangan.

Tesis ini berawal dari semangat menggali peran serta kontribusi masyarakat Muslim dalam sejarah perjalanan bangsa Indonesia. Seiring dengan berbagai kondisi dan kesadaran moral yang menuntut pribadi penulis, idealisme tersebut berubah menjadi lebih realistis, yakni menyelesaikan studi sebaik mungkin. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan berkontribusi dalam menyelesaikan tesis ini.

Pertama secara khusus saya sampaikan terima kasih kepada Bapak M. Sahirin dan Ibu Wapini. Orangtua hebat yang tiada henti mendukung serta mendoakan setiap langkah yang saya tempuh sejauh ini. Kakak-kakak yang amat saya cintai, Mbak Eka, Mbak Kholif, Mas Toid dan tuyul-tuyul kecil yang hadir bersama mereka. Saya ucapkan terima kasih setulusnya juga kepada Uti Sutinah dan Mbak Iim. Terima kasih telah menampung dhuafa (sementara) ini. Hehe. Terima kasih telah menjadi keluarga yang pengertian tiada tara selama saya memperjuangkan tesis.

Saya juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada bapak Najib Kailani, M.A., Ph.D. selaku dosen pembimbing tesis. Di tengah kesibukan sebagai dosen dan peneliti, beliau berkenan meluangkan waktu dan ikut berpikir keras demi terselesaikannya tesis ini. Matur sembah nuwun kepada beliau.

Saya sampaikan terima kasih juga kepada Prof. Noorhaidi Hasan., M.A., M.Phil., Ph.D selaku Direktur Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga. Kepada Ibu Ro'fah, BSW., Ph.D selaku Ketua Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies* (IIS) serta seluruh dosen yang telah mengampu mata kuliah sejak awal hingga akhir, terutama kepada Bapak Ahmad Norma Permata, S.Ag., M.A., Ph.D. yang telah banyak mengenalkan dan berbagi ilmu kebijakan publik. Kepada seluruh staf administrasi yang telah membantu saya selama menempuh pendidikan di Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, saya sampaikan terima kasih.

Kepada teman-teman IPKP, Sapar, Sulkifli, Aat, Hendra, Mas Mamad, As'ad dan Atin. Terima kasih sudah menjadi teman-teman terbaik selama berproses di IPKP ini. Terakhir, kepada Mbak Lisa Anjani Siwi, terima kasih sudah kembali ke Jogja di waktu yang tepat dan mengajakku berlari lagi lebih cepat. Tanpa semangat darimu, barangkali dunia akan semakin abu-abu. Aiih. Kepada seorang yang sudah mengingatkan, “*Segala sesuatu ada suka dukanya. Tapi, balik lagi ke tujuan awal. Kalau tujuannya wisuda, ya udah, kejar!*” terima kasih.

Kepada seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu di sini, terima kasih. Semoga kita senantiasa dalam limpahan rahmat dan rasa syukur kepada-Nya. Aamiin.

Yogyakarta, 22 April 2019

Umi Khusnul Khotimah, S.Fil.I.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kajian Pustaka	7
E. Kerangka Teoritis	10
F. Metode Penelitian	11
G. Sistematika Pembahasan	13
BAB II: KELAS MENENGAH MUSLIM DAN KONTESTASI	
LEMBAGA SERTIFIKASI HALAL DI	
INDONESIA	
A. Pendahuluan	15
B. Kelas Menengah Muslim dalam Perspektif Politik.....	16
C. Kelas Menengah dalam Perspektif Gaya Hidup.....	24
D. MUI sebagai Lembaga Sertifikasi Halal Pertama	28
E. Kontestasi antar Lembaga Pemeriksa Halal (Negara dan Non Negara) dalam Sertifikasi Label Halal.....	37

F. Kesimpulan.....	43
BAB III: KASUS PRODUK PANGAN HARAM SEBAGAI	
PENCETUS LABELISASI HALAL DI	
INDONESIA	
A. Pendahuluan	45
B. Berita Lemak Babi 1988, Awal Mula Munculnya Kesadaran Pangan Halal.....	46
C. Fatwa Haram Ajinomoto dan Perkembangan Sertifikasi Halal	51
D. Sertifikasi Halal sebagai Kebutuhan Global.....	55
E. Kesimpulan.....	57
BAB IV: ISLAMISASI PRODUK NON PANGAN: USAHA	
BERBAUR DENGAN DUNIA MODERN	
SEKALIGUS MEMBENTUK TREN	
A. Pendahuluan	59
B. Wisata Halal dan Umrah: Hedonisme dalam Wujud Islami	60
C. Perumahan Islami, Manifestasi “Jaminan Moral” dan Eksistensi Masyarakat Muslim.....	69
D. Peralatan Rumah Tangga Berlabel Halal, Wujud dari Totalitas dalam Berislam.....	76
E. Fashion Muslim sebagai Tren Masa Kini.....	84
F. Kesimpulan.....	89
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	103

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Para ahli di abad ke-19 meyakini bahwa agama akan berkurang pengaruhnya seiring dengan semakin majunya masyarakat industri. Agama dinilai tidak lagi berdampak terhadap kehidupan umat manusia mengingat dunia pernah dipenuhi oleh yang sakral dan agama merupakan manifestasi dari kesakralan tersebut.¹ Namun, keadaan sebaliknya justru terjadi. Geliat keagamaan tampaknya semakin berkibar di berbagai penjuru dunia dibuktikan dengan lahirnya gerakan keagamaan baru, antara lain Spiritualisme New Age di Eropa Barat dan gerakan Evangelis di Amerika.²

Tidak hanya di dunia Barat, fenomena kebangkitan agama juga terjadi di kalangan Muslim. Di Indonesia, antusiasme untuk menunjukkan eksistensi diri sebagai seorang Muslim tumbuh satu dekade sebelum lahirnya Reformasi pada 1998. Sebelum Reformasi, masyarakat Muslim Indonesia menjadi mayoritas dalam jumlah, namun minim peran dalam akses penentuan maupun pembuatan kebijakan. Kondisi tersebut berdampak pada kualitas kesejahteraan ekonomi masyarakat Muslim sendiri yang semakin memburuk.³ Menurut Minako Sakai, selama Pemerintahan Soeharto yang sentralistik, aktivitas politik dan kegiatan sosial masyarakat sangat terbatas karena selalu dalam pantauan negara. Namun, simbol-simbol

¹ Pippa Norris dan Ronald Inglehart, *Sacred and Secular: Religion and Politics Worldwide* (New York: Cambridge University Press, 2004), 3-53.

² *Ibid.*

³ Moeflich Hasbullah, "Cultural Presentation of the Muslim Middle Class in Contemporary Indonesia," *STUDIA ISLAMIKA: Indonesian Journal for Islamic Studies*, Vol. 7; No. 2 (2000), 5.

keislaman terlihat di ranah publik muncul pada periode akhir kekuasaannya. Simbol-simbol keislaman ini merupakan tanda bahwa Pemerintahan Soeharto mulai menunjukkan iktikad baik untuk melibatkan masyarakat Muslim dalam proses penyusunan kebijakan.⁴ Selain itu, lahirnya Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), Bank Muamalat, dan dihapusnya larangan berbusana Muslimah di sekolah di akhir masa Orde Baru menjadi salah satu bentuk melunaknya Pemerintahan Soeharto terhadap Islam saat itu.⁵

Dampak bangkitnya semangat keagamaan di Indonesia tidak hanya dilihat dari aspek politik, tetapi juga aspek ekonomi. Dalam kata sambutan buku *Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan dalam Mengonsumsi Produk Halal*,⁶ disebutkan bahwa komunitas Muslim di dunia telah membentuk segmentasi pasar baru yang potensial, di mana masyarakat Muslim memiliki pola tersendiri dalam mengonsumsi suatu produk dan pola ini diatur dalam bentuk syariat. Besarnya populasi masyarakat Muslim menjadi pasar yang sangat potensial.⁷

Potensi pasar tersebut sejalan dengan hasil riset yang dilakukan oleh Pew Research Center (Amerika) dalam *Forum Religion and Public Life*. Dalam riset tersebut disebutkan bahwa populasi Muslim dunia diprediksi akan meningkat dari 1,7 miliar di tahun 2014 menjadi 2,2 miliar pada tahun 2030 atau naik sebesar 26,4%.⁸ Data ini

⁴ Minako Sakai, "Establishing Social Justice Through Financial Inclusivity: Islamic Propagation by Islamic Savings and Credit Cooperatives in Indonesia," *TRANS: Trans-Regional and-National Studies of Southeast Asia*, Vol. 2; Issue 02 (Juli, 2014), 204-205.

⁵ Hasbullah, "Cultural Presentation of the Muslim," 1-46.

⁶ Muchith A. Karim, *Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan dalam Mengonsumsi Produk Halal* (Jakarta: Kemenag RI, 2013), vii-x.

⁷ *Ibid.*

⁸ The Future of the Global Muslim Population, dalam <https://www.pewforum.org/2011/01/27/the-future-of-the-global-muslim-population/> diakses pada 20 Maret 2018.

menunjukkan kecenderungan masyarakat Muslim dunia yang mengalami tingkat pertumbuhan dua kali lipat lebih besar dibandingkan populasi non-Muslim. Oleh sebab itu, menjadi konsekuensi logis ketika pasar masyarakat Muslim begitu diminati oleh para pengusaha saat ini.⁹

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar memiliki daya konsumsi produk halal sebanyak 126,8 ribu yang terdiri dari 6 (enam) elemen yaitu, Keuangan Islam (37,5 ribu), Makanan Halal (4,2 ribu), Pakaian dan Fashion Muslim (68,5 ribu), Pariwisata Halal (4,6 ribu), Media Halal dan Rekreasi (4,2 ribu) serta Produk Farmasi dan Kosmetik Halal (7,8 ribu). Dapat dilihat bahwa pakaian dan fashion Muslim merupakan konsumsi dominan masyarakat Muslim Indonesia yaitu mencapai 54%.¹⁰

Penggunaan produk halal menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan seorang Muslim sebab memilih dan menggunakan bahan serta produk yang halal adalah kewajiban.¹¹ Kewajiban tersebut terutama berlaku untuk produk-produk pangan. Dalam surat al-Baqarah ayat 168 dinyatakan dengan tegas kepada seluruh manusia untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik yang ada di bumi.¹² Dalil lain yang membicarakan secara spesifik pentingnya makanan halal yaitu surat al-Nahl ayat 144 yang artinya,

⁹ Yuswohady, *Generation Muslim: Islam itu Keren* (Yogyakarta: Benteng, 2017), xiv-xxv.

¹⁰ The State of Global Economy Report 2016/17, 17, dalam <https://ceif.iba.edu.pk/pdf/ThomsonReuters-stateoftheGlobalIslamicEconomyReport201617.pdf> diakses pada 20 Maret 2018.

¹¹ Burhanuddin Susanto, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal* (Malang: UIN Malang Press, 2011), 57-60.

¹² Yusuf Qardawi, *Halal Haram dalam Islam* (Solo: Rea Intermedia, 2007), 20-26.

*“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu,”*¹³

Dilihat dari sudut pandang kesehatan, makanan halal sendiri bersifat menjaga atau melindungi tubuh karena kebersihannya, baik dari segi bahan maupun proses yang dilalui. Selain itu, makanan halal dapat menjaga seorang Muslim secara spiritual sehingga kehalalan produk pangan menjadi keharusan di Indonesia sebagai negara dengan jumlah Muslim terbesar.¹⁴

Dengan penduduk mayoritas Muslim, produk-produk pangan berlabel halal mudah ditemukan di Indonesia. Hal ini tidak heran mengingat MUI melalui LPPOM-MUI sebagai lembaga yang paling awal menangani masalah sertifikasi halal, juga hadir karena persoalan pangan yang diduga mengandung unsur haram. Peristiwa ini terjadi di masa Orde Baru tepatnya tahun 1988. Namun, belakangan label halal ini mengalami perkembangan kepada produk-produk non pangan. Hal ini misalnya dilihat dari beberapa kemunculan produk jilbab, kulkas, peralatan rumah tangga yang berlabel halal seperti, jilbab Zoya dengan iklan reklame bertagline “Yakin hijab yang kita gunakan halal?” pada gambar berikut,¹⁵

¹³ Terjemahan Q.S. al-Nahl ayat 144.

¹⁴ Burhanuddin Susanto, *Pemikiran Hukum Perlindungan*, 150-151.

¹⁵ <https://www.viva.co.id/indepth/sorot/735236-menelisik-jilbab-halal-mui> diakses pada 16 Maret 2018.



Gambar 1. Reklame Jilbab Zoya

Pasca polemik iklan tersebut, produk non pangan berlabel halal kemudian semakin bermunculan seperti produk minyak angin merek Fresh Care, lulur mandi Purbasari, Madu dengan merek dagang TJ dan Deterjen Total yang bertagline “Deterjen halal pertama di Indonesia. Halal itu harus Total.”¹⁶ Dengan dalih halal ini, para pengusaha seakan mengedukasi masyarakat bahwa produk lain tidak halal atau diragukan kehalalannya sehingga tidak boleh untuk dikonsumsi. Indikasi seperti ini terjadi dalam iklan baliho Jilbab Zoya, tagline Deterjen Total Almeera dan iklan Madu TJ yang diperankan oleh artis Muslimah berjilbab. Dalam iklan produk-produk tersebut halal menjadi label yang harus ditampilkan.

Fenomena pencantuman label halal tersebut tidak terjadi secara tiba-tiba, sebab saat ini pemerintah telah mengesahkan Undang-Undang No. 33 tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal (JPH). Undang-undang tersebut mewajibkan kepemilikan sertifikat halal bagi

¹⁶ <http://www.tribunnews.com/bisnis/2017/03/17/total-almeera-deterjen-halal-pertama-di-indonesia> diakses pada 5 Maret 2018.

berbagai produk yang digunakan publik.¹⁷ Undang-undang ini dirancang pada tahun 2012 oleh beberapa kementerian antara lain, Menteri Agama, Menteri Perdagangan, Menteri Perindustrian, Menteri Pertanian, Menteri Pemberdayaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi, dan Menteri Hukum dan HAM yang kemudian diperkuat oleh Kementerian Kesehatan.¹⁸

Tujuan JPH sendiri yaitu memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk. Tujuan yang kedua yaitu meningkatkan nilai tambah pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.¹⁹ Undang-undang JPH sendiri berlaku wajib bertahap dalam waktu 5 (lima) tahun. Sehingga Pemerintah menargetkan kepemilikan sertifikat halal bagi semua pengusaha dalam kurun waktu 5 (lima) tahun terhitung sejak undang-undang tersebut disahkan. Sertifikat halal merupakan pengakuan kehalalan produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan surat keputusan penetapan halal produk oleh MUI.²⁰ Menjadi pertanyaan bagaimana topik halal yang dikenal sebagai label untuk produk pangan berkembang pada produk non pangan dan mengapa kalangan industri masif mengiklankan produk dengan label halal tersebut?

¹⁷ Undang-Undang No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal 4.

¹⁸ Presentasi Muhammad Tambrin, Direktur Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah Ditjen Bimas Islam pada acara Temu Wicara dengan Perkosmi 26 Juni 2016.

¹⁹ Undang-Undang No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal 3.

²⁰ Undang-Undang No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal 1 ayat 10.

B. Rumusan Masalah

Untuk memudahkan tesis ini, dibuat beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut,

1. Bagaimana perkembangan wacana dan praktik halal di Indonesia?
2. Siapa konsumen produk halal di Indonesia dan mengapa wacana halal bergeser dari produk Islam ke produk yang diislamkan?
3. Apa saja bentuk-bentuk produk halal yang beredar di Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu menjelaskan budaya konsumsi halal masyarakat Muslim yang meluas dari produk pangan menjadi produk non pangan. Fenomena ini dikuatkan oleh adanya regulasi Undang-Undang Jaminan Produk Halal (JPH) yang disahkan pemerintah tahun 2014. Persoalan yang menjadi fokus kajian dalam penelitian ini adalah dua cara konsumsi halal masyarakat Muslim Indonesia, yaitu *Islamic product* dan *Islamized product*. Selain itu, dijelaskan juga bagaimana kelas menengah ikut mewarnai pola konsumsi halal ini. Sedangkan dalam ranah akademik, penelitian ini berkontribusi terhadap diskusi wacana dan praktik halal yang ada di Indonesia.

D. Kajian Pustaka

Studi mengenai kelas menengah Muslim dan isu kehalalan suatu produk telah lama menjadi perhatian para peneliti. Regulasi kebijakan yang mengiringi isu-isu tersebut juga menjadi perhatian. Namun, kajian regulasi produk halal fokus pada halal dalam bentuk produk pangan. Salah satunya tulisan Mashudi yang berbicara mengenai sertifikasi halal bagi produk pangan serta respon kelas menengah

Muslim terhadap hadirnya sertifikasi tersebut.²¹ Selain Mashudi, Burhanuddin Susanto juga berbicara mengenai konsumen dan sertifikasi halal dalam konteks yang sama. Dalam karya Susanto, sertifikasi halal dan proses mendapatkan sertifikasi tersebut dijelaskan dengan gamblang.²² Karya Susanto seakan menjadi *guide* bagi para produsen atau konsumen yang menginginkan sertifikasi halal, sedangkan tulisan Mashudi menjelaskan kepada publik kenapa sertifikasi tersebut dibutuhkan.

Berbeda dengan hasil penelitian sarjana tersebut di atas, Johan Fischer melalui penelitian di Malaysia dan London berbicara mengenai kelas menengah Muslim Malaysia dan konsep halal saat ini yang begitu berkembang di sana.²³ Fischer berbicara lebih dalam mengenai bagaimana konsep halal saat ini begitu berkembang. Halal tidak lagi berkaitan dengan sistem produksi, perdagangan dan konsumen bagi kalangan terbatas, namun menjadi bagian dari pasar global yang sangat besar dan berkembang.²⁴

Melihat hasil penelitian Fischer, bangkitnya fenomena konsumsi halal juga terjadi di Indonesia. Namun, dalam konteks masyarakat Indonesia, lembaga penyedia sertifikasi halal yang selama ini berada dalam wewenang Majelis Ulama Indonesia (MUI) menjadi isu tambahan yang diperdebatkan. Hasil studi Nadirsyah Hosen menyebutkan bahwa perbedaan pandangan antara pemerintah dengan

²¹ Mashudi, *Konstruksi Hukum dan Respons Masyarakat Terhadap Sertifikasi Produk Halal: Studi Socio-legal Terhadap Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia* (Pustaka Pelajar: Yogyakarta, 2015).

²² Burhanuddin Susanto, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal* (Malang: UIN Malang Press, 2011).

²³ Johan Fischer, *The Halal Frontier: Muslim Consumers in a Globalized Market* (Palgrave Macmillan: United States, 2011).

²⁴ Johan Fischer, "Feeding Secularism: Consuming Halal among the Malays in London," *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, Vol. 14; Number 2/3, Fall/Winter 2005, 275-297.

lembaga Islam non-pemerintah seringkali terjadi, terutama mengenai dua persoalan yaitu sistem penentuan 1 Ramadhan, 1 Syawal dan 10 Dzulhijjah.²⁵

Persoalan yang kedua yaitu mengenai wewenang mengeluarkan sertifikasi halal. Dalam persoalan ini terjadi ketegangan antara pemerintah dan MUI sebab yang pertama merasa sertifikasi halal ada dalam wewenangnya sedangkan yang kedua menegaskan bahwa sertifikasi halal merupakan fatwa tertulis yang menjadi hak yurisdiksinya. Di sini, dicari bagaimana pemerintah menentukan fatwa mana yang terpilih dan bagaimana organisasi Islam bereaksi jika berbeda pandangan dengan pemerintah. Penelitian ini dilakukan di Indonesia dan dipublikasi pada tahun 2012 sebelum terbitnya Undang-Undang Jaminan Produk Halal.

Sedangkan Moeflich Hasbullah melihat fenomena bangkitnya kelas menengah Muslim Indonesia menjelang akhir masa Orde Baru sebagai awal lahirnya budaya konsumsi halal. Penelitian tersebut membahas mengenai fenomena keislaman kelas menengah Muslim di Indonesia sejak kelahirannya hingga muncul beberapa perilaku yang menunjukkan kemodernan kelas menengah. Modernitas kelas menengah tersebut memiliki ciri khas yaitu dengan menjaga religiusitasnya, seperti mendengarkan musik-musik bernuansa religius Bimbo di tengah-tengah musik pop, penggunaan jilbab yang masif, dan kebangkitan ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia) sebagai simbol identitas modern seorang Muslim, di mana masyarakat Muslim

²⁵ Nadirsyah Hosen, "Hilal dan Halal: How to Manage Islamic Pluralism in Indonesia?" *Asian Journal of Comparative Law*, Vol. 7, Januari 2012, 1-18.

tidak lagi menggunakan pendekatan politik tetapi menggunakan pendekatan kebudayaan dalam bernegara.²⁶

Studi yang lebih kontemporer dilakukan oleh Yuswohady mengenai kehadiran kelas menengah Muslim dan hubungannya dengan produk-produk non-pangan bersertifikat halal. Yuswohady menjelaskan bagaimana kelas menengah Muslim yang ia sebut “GenM” terbentuk berdasarkan hasil penelitian Hasbullah.²⁷ Ia berbicara mengenai kelas menengah Muslim terutama soal gaya hidup (*lifestyle*) dalam konteks pemasaran. Oleh sebab itu, mengacu pada beberapa penelitian tersebut, tesis ini memiliki signifikansi tersendiri, yaitu bagaimana perkembangan makna halal dari produk pangan ke non-pangan di Indonesia terjadi. Selain itu, yang berbeda dalam penelitian ini adalah kontestasi lembaga pemerintah dan non-pemerintah juga menjadi perhatian. Pada akhirnya, wacana halal di Indonesia dan dunia global secara umum tidak dapat dihindari dan pemerintah serta MUI harus bekerjasama dalam menyambut fenomena tersebut.

E. Kerangka Teoritis

Dalam penelitian ini saya menggunakan analisis Timur Kuran dan Patrick Haenni yang melihat adanya fenomena baru dalam budaya konsumsi masyarakat Muslim modern. Kuran menganalisis bahwa ekonomi Islam saat ini lebih fokus pada persoalan finansial. Padahal terdapat sub-ekonomi Islam yaitu perkembangan ekonomi Islam di luar sektor finansial, di antaranya seperti pabrik, perusahaan konstruksi, penerbitan, dan perusahaan investasi bahkan minimarket yang

²⁶ Moeflich Hasbullah, “Cultural Presentation of the Muslim Middle Class in Contemporary Indonesia,” *STUDIA ISLAMIKA: Indonesian Journal for Islamic Studies*, Vol. 7; No. 2 (2000).

²⁷ Yuswohady, *Generation Muslim: Islam itu Keren* (Yogyakarta: Bentang, 2017).

menggunakan ide serta norma keislaman dalam menjalankan usaha mereka.²⁸ Berdasarkan analisis tersebut, saya memandang bahwa wisata halal, perumahan islami, fashion Muslim dan peralatan rumah tangga yang berlabel halal merupakan bagian dari sub-ekonomi Islam.

Sedangkan Haenni menganalisis faktor apa saja yang menyebabkan munculnya masyarakat Muslim konsumsi, yang ditandai dengan adanya dua jenis produk dalam budaya konsumsi masyarakat Muslim, yaitu produk-produk islami (*islamic product*) dan produk-produk yang diislamkan (*islamized product*).²⁹ Produk islami merupakan produk yang dipahami dengan baik sebagai produk-produk yang dapat dilabeli halal yaitu makanan dan minuman serta obat-obatan. Sedangkan *islamized product* merupakan produk-produk yang terislamisasi dalam bentuk labelisasi halal terhadap berbagai produk non pangan karena adanya permintaan, baik langsung atau tidak langsung dari masyarakat Muslim, yang meningkat kesejahteraan ekonominya dan memiliki tingkat religiusitas yang semakin baik.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian *library research* (penelitian kepustakaan) yaitu penelitian yang mengambil dan mengolah data yang bersumber dari buku-buku, catatan berita baik daring maupun cetak, dan laporan hasil penelitian terdahulu yang ada kaitan serta relevansinya dengan penelitian ini.

Pintu masuk penelitian ini adalah pembahasan mengenai budaya konsumsi produk halal dan/atau produk islami yang mulai tumbuh di

²⁸ Timur Kuran, *Islam and Mammon: The Economic Predicament of Islamism* (New Jersey: University Press, 2004), 38-54.

²⁹ Patrick Haenni, "The Economic Politics of Muslim Consumption", ed. Johanna Pink, *Muslim Societies in the Age of Mass Consumption: Politics, Culture and Identity between the Local and the Global* (Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2009), 327-342.

Indonesia menjelang Reformasi dan pasca Reformasi. Kelas menengah Muslim yang tumbuh bersamaan dengan budaya konsumsi tersebut menjadi subjek bagi budaya konsumsi halal sekaligus objek dalam penelitian ini. Kemudian penelitian ini menggunakan analisis berdasarkan studi yang dilakukan oleh Timur Kuran yaitu tentang sub-ekonomi Islam. Dalam penelitian Kuran, pertumbuhan ekonomi Islam hanya dilihat dalam aspek finansial. Padahal dalam budaya masyarakat Muslim juga tumbuh sektor non-finansial yang disebut sub-ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan analisis tersebut untuk mengetahui adanya pertumbuhan ekonomi Islam dalam konteks masyarakat Indonesia di luar pertumbuhan bank-bank syariah yang tumbuh sejak 1990-an.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori Patrick Haenni yang mengidentifikasi adanya jenis produk-produk islami dan produk-produk yang diislamkan. Produk islam/islami yang dimaksud merupakan produk-produk yang dibolehkan untuk dikonsumsi oleh masyarakat Muslim. Dalam jenis produk yang pertama, masyarakat Muslim mengetahui benar produk apa saja yang dibolehkan, yaitu makanan dan minuman halal serta obat-obatan. Sedangkan proses islamisasi produk dalam jenis yang kedua merupakan akibat dari hadirnya sertifikasi halal terutama pasca disahkannya Undang-Undang Jaminan Produk Halal. Akibat tersebut juga disebabkan oleh permintaan dan kesadaran masyarakat Muslim sendiri yang semakin tinggi akan identitasnya sebagai Muslim, di mana identitas ini cenderung bersifat puritan.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan pemahaman yang menyeluruh, sistematika penulisan tesis ini disusun sebagai berikut;

Bab I Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian pustaka, kerangka teoritis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan. Pendahuluan ini dibuat sebagai kerangka agar tesis ini dapat diuraikan dengan sistematis, baik, dan benar.

Bab II Kelas Menengah Muslim dan Kesalehan Baru di Indonesia. Bab ini berbicara tentang kehadiran kelas menengah Muslim di Indonesia dalam perspektif politik dan perspektif gaya hidup. Selain itu, regulasi sertifikasi produk halal dan MUI sebagai lembaga penyedia sertifikasi halal juga dibahas di dalamnya. Kemudian dibahas juga kontestasi antar lembaga sertifikasi halal, terutama antara pemerintah dengan MUI. Keseluruhan pembahasan ini bertujuan untuk mengetahui latar belakang kelas menengah Muslim di Indonesia dan pola keberislaman mereka sebagai aktor utama dalam regulasi sertifikasi halal serta kontestasi yang timbul akibat kelas menengah Muslim tersebut. Sehingga dapat dipahami perubahan keberislaman masyarakat Muslim di Indonesia sebelum dan pasca Orde Baru serta bagaimana pembagian peran antara lembaga negara dengan lembaga Islam non-negara dalam mengatur regulasi bagi masyarakat Muslim.

Bab III Kasus produk pangan haram sebagai sebab berkembangnya regulasi produk halal di Indonesia. Bab ini diawali dengan kasus besar yang terjadi sebelum Reformasi mengenai produk haram atau syubhat yang beredar di masyarakat. Sejak mencuatnya kasus ini, stabilitas sosial dan ekonomi mulai terganggu. Selain itu,

masyarakat Muslim mulai sadar pentingnya label halal bagi produk pangan. Dalam bab ini dibahas dua kasus besar dalam sejarah Indonesia, yaitu kasus lemak babi tahun 1988 dan kasus Ajinomoto tahun 2001. Kemudian dibahas juga bahwa fenomena kebutuhan produk halal tidak hanya berlaku di Indonesia tetapi juga menjadi kebutuhan global.

Bab IV Islamisasi Produk Non Pangan: Usaha Berbaur Dengan Dunia Modern Sekaligus Membentuk Tren. Bab ini berbicara mengenai produk-produk yang terislamisasi dengan labelisasi halal atau dengan menamakan diri sebagai produk halal/ islami. Di antaranya wisata halal, perumahan islami, peralatan dapur seperti panci, kulkas dan deterjen berlabel halal, serta fashion Muslim. Hal ini bertujuan untuk mengetahui produk apa saja yang terislamisasi sesuai dengan tren yang ada dalam masyarakat Muslim. Bab ini menunjukkan pola masyarakat Muslim secara khusus, di mana masyarakat Muslim saat ini memiliki kesadaran yang tinggi untuk mengonsumsi produk-produk yang terjamin kehalalannya. Pola konsumsi ini menjadi identitas politik masyarakat Muslim yang menunjukkan bahwa mereka adalah seorang Muslim yang taat.

Bab V Penutup, merupakan intisari dari penelitian terhadap fenomena perkembangan makna halal dari pangan menjadi lebih luas pada produk-produk non-pangan, serta peran dari kelas menengah Muslim sebagai aktor yang langsung atau tidak membentuk fenomena tersebut. Bagian ini diuraikan dalam bentuk kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dalam sejarah bangsa Indonesia, masyarakat Muslim mengalami beragama keadaan yang terbagi dalam dua masa, yaitu pra reformasi dan reformasi. Di masa Orde Baru atau sebelum reformasi, keberislaman masyarakat Muslim selalu dalam pantauan arahan dan negara yang otoriter, tidak terkecuali lembaga fatwa. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa kebijakan wajib belajar yang diberlakukan sejak Orde Baru meningkatkan kualitas hidup masyarakat Muslim dalam hubungan sosial dan ekonomi, sebab mulai lahir sarjana-sarjana dari kaum agama mayoritas di Indonesia ini. Dampak lainnya, aspirasi keislaman lebih didengar. Diskusi-diskusi mengenai tema keislaman juga mulai menarik minat baik dalam ranah akademik maupun dalam ranah sosio-kultural, salah satunya isu lemak babi yang menjadi perhatian nasional.

Dua isu besar mengenai lemak babi beredar di Indonesia pra reformasi dan pasca reformasi. Isu lemak babi yang terjadi tahun 1988 menjadi tonggak bangkitnya kesadaran keagamaan masyarakat Muslim. Tidak hanya dalam hubungan kultural seperti pengajian dan kegiatan keislam sejenis, kesadaran beragama masyarakat Muslim juga mewujud dalam bentuk formal yaitu tuntutan untuk memberi label halal pada produk pangan yang beredar. Sedangkan pasca reformasi, kesadaran ini semakin meningkat tidak hanya formalisasi simbol halal terhadap produk pangan, tetapi juga pada setiap produk yang mereka konsumsi. Aspirasi keislaman ini mewujud dalam segala bentuk seiring dengan semakin baiknya tingkat pendapatan dan pendidikan

masyarakat Muslim, terutama kelas menengah yang memiliki pengetahuan serta akses informasi yang semakin mudah.

Beragama produk non pangan hadir sebagai produk islami dibuktikan dengan label halal serta nama-nama yang islami. Selain itu, kebutuhan akan hidup yang lebih berkualitas, bahagia dengan hiburan dan wisata, serta terjamin dalam moral melalui hunian yang islami menjadi tujuan masyarakat Muslim kelas menengah saat ini. Di sisi lain, produk-produk ini membuat mereka merasa lebih baik dalam menjalani kehidupan di tengah pengaruh negatif globalisasi dan budaya kapitalisme yang mengakar.

Berdasarkan uraian di atas dapat dimengerti bahwa diskusi mengenai wacana dan praktik konsumsi halal tidak lepas dari kelas menengah Muslim yang bangkit pasca Orde Baru. Kelas menengah Muslim menjadi tokoh utama dalam perkembangan budaya konsumsi halal di Indonesia. Gaya keberislaman yang sebelumnya berada pada arahan dan pantau negara, berbalik menjadi mengikuti permintaan masyarakat Muslim sebagai pasar produk halal. Keinginan tersebut salah satunya berakibat pada maraknya label halal pada setiap produk yang mereka pakai, seperti jilbab, peralatan rumah tangga bahkan tisu. Perubahan wacana halal dari produk makanan dan minuman menjadi produk-produk non pangan juga tidak lepas dari konteks tersebut.

Namun, melihat kelas menengah Muslim tidak lepas dari perspektif politik dan *lifestyle* (gaya hidup), sebab *lifestyle* kelas menengah Muslim dapat tumbuh karena adanya dukungan dari politik kelas menengah Muslim sendiri. Meski terus diperdebatkan, hadirnya kelas menengah Muslim menjadi warna baru bagi budaya konsumsi halal di Indonesia. Terlebih saat masa peralihan dari Orde Baru menuju reformasi. Kebijakan yang berlaku di masa Orde Baru, terutama

kebijakan wajib belajar 9 tahun, membawa masyarakat Muslim dalam kehidupan yang lebih baik secara sosial dan ekonomi. Tetapi, tidak dapat dipungkiri bahwa gaya hidup masyarakat Muslim yang semakin modernlah, yang membuat mereka diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia.

Di sisi lain, budaya konsumsi masyarakat Muslim tidak lepas dari kritik. Sejauh ini, budaya konsumsi Muslim berkisar pada hal-hal simbolis yang disematkan pada produk-produk yang mereka konsumsi, yaitu label halal. Lebih jauh, label halal ini berkemungkinan hanya dimanfaatkan oleh produsen, sebab tidak termuat peraturan mengenai edukasi konsumen dari produsen tentang bahan dari produk yang mereka konsumsi. Sekalipun produk tersebut telah berlabel halal. Seharusnya, UU Jaminan Produk Halal bisa menjadi edukasi bagi masyarakat Muslim agar tidak hanya memproduksi simbol, tapi juga memahami produk yang ditawarkan oleh produsen atas kebutuhan mereka. Sehingga label halal tidak hanya memberi keuntungan bagi produsen, tapi juga bagi konsumen yang notabene pihak yang sering dirugikan.

B. SARAN

Saya menyadari bahwa tesis ini jauh dari sempurna, oleh sebab itu disarankan agar ada penelitian selanjutnya yang dapat menyempurnakan penelitian ini, mengingat tema labelisasi halal dan budaya konsumsi masyarakat Muslim saat ini merupakan tema yang sangat menarik untuk dikaji lebih jauh. Penelitian berikutnya diharapkan bisa menganalisis lebih dalam dampak dari labelisasi halal yang sudah disahkan oleh pemerintah dalam bentuk Undang-Undang, bagi masyarakat Muslim serta bagi masyarakat Indonesia secara umum dalam konteks keberagaman.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

- Abdurrahman, Moeslim. *Bersujud di Baitullah: Ibadah Haji, Mencari Kesalehan Hidup*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2009.
- Aini, Nurul. “Respon Masyarakat terhadap Konsep Perumahan Berbasis Agama: Perumahan Islami” dalam *Prosiding Temu Ilmiah IPLBI 2015*.
- Ali, Fackry & Baktiar Effendi, *Merambah Jalan Baru Islam*. Bandung: Mizan, 1989.
- Ali-Fauzi, Nasrullah *ICMI: Antra Status Quo dan Demokratisasi*. Bandung: Mizan, 1995.
- Amirudin dan Robert W. Hefner. *Islam Pasar Keadilan: Artikulasi Lokal, Kapitalisme dan Demokrasi*. Yogyakarta: LkiS, 2000.
- Atmadi, Gayatri dan Sri Riris Wahyu Widati. “Strategi Pemilihan Media Komunikasi LPPOM MUI dalam Sosialisasi dan Promosi Produk Halal di Indonesia” dalam *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial* Vol. 2 No. 2. September 2013.
- Ayudiarti, Diah Lestari, dkk, “Pengaruh Konsentrasi Gelating Ikan sebagai Bahan Pengikat Terhadap Kualitas Penerimaan Sirup”, *Jurnal Perikanan* IX (1).
- Bertens, K. *Etika*. Jakarta: Gramedia, 2002.
- Blackler, Florence Bergeaud-, Johan Frisher dan John Lever. *Introduction Studying The Politics Of Global Halal Markets*. USA: Taylor and Francis, 2015.
- Boland, B.J. *Pergumulan Islam di Indonesia*. Jakarta: Grafiti, 1985.

- Chookaew, Sureet. "Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country" dalam *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 3 No. 7 th 2015.
- Faidah, Mutimmatul "Sertifikasi Halal di Indonesia dari Civil Society menuju Relasi Kuasa antara Negara dan Agama," *ISLAMICA*, Vol. 11. No. 2, Maret 2017.
- Fischer, Johan. "Feeding Secularism: Consuming Halal among the Malays in London," *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, Vol. 14; Number 2/3, Fall/Winter 2005.
- Fischer, Johan. "Halal Activism: Networking between Islam, the State and Market", *Asian Journal of Social Science*, Vol 4, 2016.
- Fischer, Johan. "Religion, Science and Markets: Modern Halal Production, Trade and Consumption", *EMBO reports*, Vol. 9, No, 9, 2008.
- Fischer, Johan. *The Halal Frontier: Muslim Consumers in a Globalized Market*. Palgrave Macmillan: United States, 2011.
- Gilang W, Kurniawan. "Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia" dalam *The Journal of Tauhidinomics* Vol. 1 No 1.
- Haenni, Patrick. "The Economic Politics of Muslim Consumption", ed. Johanna Pink, *Muslim Societies in the Age of Mass Consumption: Politics, Culture and Identity between the Local and the Global*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2009.
- Hasan, Sofyan. *Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif Regulasi dan Implementasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Aswaja, 2014.
- Hasbullah, Moeflich. "Cultural Presentation of the Muslim Middle Class in Contemporary Indonesia," *STUDIA ISLAMIKA: Indonesian Journal for Islamic Studies*, Vol. 7 No. 2 Th. 2000.

- Hasdar, Muhamad dan Yuniarti Dewi Rahmawati, “Kajian Potensi Kulit Domba Asal Brebes sebagai Bahan Dasar Produksi Gelatin Halal”, *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan* 6 (1) 2017.
- Hefner, Robert W. *ICMI dan Perjuangan Menuju Kelas Menengah*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 1995.
- Hendri, dkk., “Desa Wisata Halal: Konsep dan Implementasinya” dalam *Human Falah*, Vol. 5 No. 1 Jan-Jun 2018.
- Heryanto, Ariel “Propaganda” dalam *Forum Keadilan* No. 14 Tahun Vol 21. Oktober, 1996.
- Heryanto, Ariel. “*Demokratisasi Kelas menengah*”, Kompas 3 September 1993 dan “*Postmodernisme dan Kelas Menengah Indonesia*”, Surabaya Post 16 Desember 1993.
- Heryanto, Ariel. “The Year of Living Luxuriously: Identity Politics of Indonesia’s New Rich” dalam ed. Micahel Pinches, *Culture and Privilege in Capitalist Asia*. London: Routledge, 1999.
- Jaelani, Aan. “Halal Tourism Industry In Indonesia: Potential And Prospects“ dalam *Munich Personal Repec. Paper*, No. 7623 th 2017.
- Jailani, Abdul Kadir. “Implikasi Berlakunya Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat No. 2 Tahun 2016 tentang Pariwisata Halal di Kota Mataram dan Kabupaten Lombok Timur”, *TESIS*, Fakultas Hukum, UGM, 2017.
- Jati, Wasisto Raharjo. *Kelas Menengah Muslim Indonesia*. Jakarta: LP3ES, 2017.
- Kailani, Najib. “Preachers-cum-trainers: The Promoters of Market Islam in Urban Indonesia”, chapter 8 dalam ed. Norshahril Saat, *Islam in Southeast Asia: Negotiating Modernit*. Singapore: Iseas Publishing, 2018.

- Karim, Muchith A. *Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan dalam Mengonsumsi Produk Halal*. Jakarta: Puslitbang Kemenag RI, 2013.
- Khoiri, Alwan dkk. *Akhlak Tasawuf*. Yogyakarta: Pokja Akademik UIN Sunan Kalijaga, 2005.
- Kuran, Timur. *Islam and Mammon: The Economic Predicament of Islamism* (New Jersey: University Press, 2004).
- Latif, Yudi. *Intelegensia Muslim dan Kuasa: Genealogi Intelegensia Muslim Indonesia Abad 20*. Bandung: Mizan, 2005.
- Lev, Daniel S. "Kelompok Tengah dan Perubahan di Indonesia: Sebuah Catatan Awal".
- Mangunharjana, A. *Isme-Isme dalam Etika: dari A sampai Z*. Yogyakarta: Kanisius, 2006.
- Mashudi, *Konstruksi Hukum Dan Respons Masyarakat Terhadap Sertifikasi Produk Halal : Studi Socio-legal Terhadap Lembaga Pengkajian Pangan, Obat Obatan, Dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Mujani, Saiful. "Kultur Kelas Menengah Muslim dan Kelahiran ICMI: Tanggapan Terhadap Robert W. Hefner dan Mitsuo Nakamura" dalam ed. Narullah Ali Fauzi, *ICMI: Antara Status Quo dan Demokratisasi*. Bandung: Mizan, 1995.
- Nadirsyah Hosen, "Hilal dan Halal: How to Manage Islamic Pluralism in Indonesia?" dalam *Asian Journal of Comparative Law*, Vol. 7, Januari 2012.
- Nasir, Mohd dkk. "An RFID-Based Validation System for Halal Food", *The International Arab Journal of Information Technology*. Vol. 8, No. 2, April 2011.
- Noer, Deliar. *Administrasi Islam di Indonesia*. Jakarta: Rajawali, 1988.

- Norris, Pippa dan Ronald Inglehart. *Sacred and Secular: Religion and Politics Worldwide*. New York: Cambridge University Press, 2004.
- Qardawi, Yusuf. *Halal Haram dalam Islam*, terj. Wahid Ahmdi dkk (Solo: Rea Intermedia, 2007).
- Rachmani, Inaya. "The Personal Political is Political: Gendered Morality in Indonesia's Halal Consumerism" dalam *TraNS: Trans-Religion and-National Studies of Southeast Asia*, 2019.
- Raharjo, M. Dawam. *Masyarakat Madani: Agama, Kelas Menengah dan Perubahan Sosial*. Jakarta: LP3ES, 1999.
- Riyanto, Sofyan. *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta, Republika, 2012.
- Ruslim, Karim. *Islam dan Konflik Politik Era Orde Baru*. Yogyakarta: Media Widya, 1992.
- Susanto, Burhanuddin. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen Dan Sertifikasi Halal*. Malang: UIN Malang Press, 2011.
- Sakai, Minako. "Establishing Social Justice Through Financial Inclusivity: Islamic Propagation by Islamic Savings and Credit Cooperatives in Indonesia" *TRaNS: Trans –Regional and –National Studies of Southeast Asia* Vol. 2, No. 2. July, 2014.
- Sakti, Muthia. dkk, "Perlindungan Konsumen Terhadap Beredarnya Makanan yang Tidak Bersertifikat Halal", *Jurnal Yuridis* Vol. 2 No. 1. Juni 2015.
- Sedarmayanti, *Membangun dan Mengembangkan Kebudayaan dan Industri Pariwisata* (Bandung: Reflika, 2004).
- Sensa, Muhammad S. Djarot S. *Sebuah Pemikiran Tentang Permukiman Islami*. Bandung: Mizan, 1987.
- Suherlan, Ade. "Persepsi Masyarakat Jakarta Terhadap Islamic Tourism" dalam *The Journal of Tauhidnomics*, Vol. 1 no 1.

- Suseno, Franz Magnis. *Etika Dasar: Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*. Yogyakarta: Kanisius, 2005.
- Tebba, Sudirman. *Islam Orde Baru: Perubahan Politik dan Keagamaan*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 1993.
- Thihmaz, Abdul Hamid Mahmudi. *Hidangan Halal Keluarga*. Jakarta: Cendekian, 2001.
- Wahid, Abdurrahman & Aswab Mahasin dalam Richard Tanter dan Kenneth Young, *Politik Kelas Menengah Indonesia*. Jakarta: LP3ES, 1996.
- Weck, Winfried, Noorhaidi Hasan dan Irfan Abubakar, *Islam in the Public Sphere: The Politics of Identity and The Future of Democracy in Indonesia*. CSRC: Jakarta, 2011.
- Weng, Hew Wai. "Islamic Ways of Modern Living: Middle-class Muslim Aspirations and Gated Communities in peri-urban Jakarta" *Jakarta: Claiming Spaces and Rights in the City*, ed. Jorgen Hellman, Marie Thynell dan Roanne van Voorst. Routledge: Abingdon, 2018.
- Wertheim, W.F. *Masyarakat Indonesia dalam Transisi: Studi Perubahan Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 1999.
- Yoeti, Oka A. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Aplikasi*. Jakarta: Kompas, 2008.
- Yuswohady, dkk. *Generasi M (Generation Muslim): Islam itu Keren*. Yogyakarta: Bentang, 2017.

Media Cetak dan Online:

Ariel Heryanto, Jawa Pos 1996.

Gatra Versi Cetak: Kasus Ajinomoto (Heboh Ajinomoto Serahkan Pada Hukum). Tanggal 8 Januari 2000.

Republika, 2 Desember 2011

Tempo, 5 November 1988

Tempo, 19 November 1988.

Tempo, 3 Desember 1988.

Tempo, 10 Desember 1988.

Website:

The Future of the Global Muslim Population, dalam <https://www.pewforum.org/2011/01/27/the-future-of-the-global-muslim-population/> diakses pada 20 Maret 2018.

The State of Global Economy Report 2016/17 dalam <https://ceif.iba.edu.pk/pdf/ThomsonReuters-stateoftheGlobalIslamicEconomyReport201617.pdf> diakses pada 20 Maret 2018.

Yuswohady. “15 tren Muslim zaman Now”

<https://www.yuswohady.com/2018/06/03/15-tren-muslim-zaman-now-2/> diakses pada 15 November 2018

<http://aceh.tribunnews.com/amp/2018/05/08/peta-ekonomi-syariah-dan-industri-halal-dunia?page=2> diakses pada 12 November 2018

<http://duniaindustri.com/nilai-pasar-industri-deterjen-diestimasi-tumbuh-35-jadi-rp-1011-triliun/> diakses pada 20 Mei 2019

<http://m.tribunnews.com/amp/bisnis/2017/03/17/total-almeera-deterjen-halal-pertama-di-indonesia> diakses pada 20 Mei 2019

http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/detil_page/8/24788/30/1
diakses pada 21 Mei 2019

<http://www.multazam.co.id/Page/Umrah.html> diakses pada 10 Februari 2019

<http://www.tribunnews.com/bisnis/2017/03/17/total-almeera-deterjen-halal-pertama-di-indonesia> diakses pada 5 Maret 2018

<http://www.tribunnews.com/nasional/2018/05/01/pariwisata-penyumbang-devisa-kedua> diakses pada 16 Februari 2019

<https://afifahmazaya.com/deterjen-halal/> diakses pada 20 Mei 2019

<https://chirpstory.com/li/266652> diakses pada 21 Mei 2019

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/11/indonesia-negara-berpenduduk-muslim-terbesar-dunia> diakses pada 19 Mei 2019

<https://finance.detik.com/industri/d-4012622/kulkas-ini-dapat-predikat-halal-apa-alasannya> diakses pada 21 Mei 2019

<https://jannahtravel.co.id/about/> diakses pada 10 Februari 2019

<https://kemenag.go.id/berita/read/505887/bagaimana-proses-penerbitan-sertifikat-halal--ini-penjelasan-kepala-bpjph> diakses pada januari 2019

<https://kumparan.com/iqbal-aji-daryono/tisu-halal-panci-halal-dan-potensi-segregasi-sosial> diakses pada 17 November 2018

<https://money.kompas.com/read/2016/06/14/151500926/Produk.Deterjen.Unilever.Indonesia.Peroleh.Sertifikasi.Halal.MUI> diakses pada 20 Mei 2019

<https://mui.or.id/sejarah-mui/> Wawasan Majelis Ulama Indonesia (MUI) diakses pada 15 April 2018

<https://tirto.id/detergen-pakaian-adalah-rinso-cz6r> diakses pada 20 Mei 2019

<https://tirto.id/muasal-raja-alat-rumah-tangga-maspion-cwpB> diakses pada 21 Mei 2019

<https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-44030138> diakses pada 21 Mei 2019

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190204170837-20-366423/kemenag-dan-dpr-sepakat-ongkos-haji-2019-tetap-rp352-juta>

<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=maspion+grup> diakses pada 21 Mei 2019

<https://www.rabbanitour.com/layanan/tentang-kami/> diakses pada 10 Februari 2019

<https://www.sharp-indonesia.com/ind/article/detail/767/lemari-es-bersertifikat-halal-pertama-di-indonesia-dari-sharp> diakses pada 21 Mei 2019

<https://www.sharp-indonesia.com/ind/prcsr/detail/320> diakses pada 21 Mei 2019

<https://www.viva.co.id/indepth/sorot/735236-menelisis-jilbab-halal-mui> diakses pada 16 Maret 2018

Daftar Produk Halal MUI Acuan Sertifikasi Halal: HAS 23000 Agustus 2018

Undang-Undang Jaminan Produk Halal (JPH) No. 33 Tahun 2014

Halal Product Directory 2008-2009.

Presentasi Muhammad Tambrin, Direktur Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah Ditjen Bimas Islam pada acara Temu Wicara dengan Perkosmi 26 Juni 2016

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

1. Nama Lengkap : Umi Khusnul Khotimah
2. Tempat/ Tgl. Lahir : Tegal, 14 November 1993
3. Alamat Asal : Jl. Laban RT 05/09 No. 24 Jatibogor,
Suradadi, Tegal
4. Nomor HP : 0821-1771-0505
5. Email : umikhusnulhotimah.uk@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

- SDN Jatibogor 04 1999-2005
SMPN 1 Suradadi 2005-2008
SMKN 3 Kota Tegal 2008-2011
S1 UIN Sunan Kalijaga 2011-2016
S2 UIN Sunan Kalijaga 2016-2019

C. KARYA TULIS

- Umi Khusnul Khotimah. “Labelisasi Halal di Tengah Budaya Konsumtif” dalam *Jurnal Sosiologi Agama*, Vol. 12 No. 2 th. 2018.