



Pelanggaran Etika Bisnis Islam dalam Transparansi Produk PT. Ajinomoto Indonesia

Naffa'a Naila Aaqilah^{1*}, Dara Tsanya Abdul Rohim², Lina Marlina³

¹⁻³ Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi, Indonesia

Email: 241002111095@student.unsil.ac.id^{1*}, 241002111095@student.unsil.ac.id², linamarlina@unsil.ac.id³

Alamat: Jl. Siliwangi No. 24, Tasikmalaya, 46115

Korespondensi penulis: 241002111095@student.unsil.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze the violations of Islamic business ethics, particularly in the aspect of product transparency, committed by PT. Ajinomoto Indonesia. The research utilizes a qualitative descriptive method with a literature review approach. Data is collected from various sources, including academic journals, reports, and documented cases related to PT. Ajinomoto Indonesia's halal issues and product safety. The findings reveal that PT. Ajinomoto Indonesia violated the principles of Islamic business ethics in 2001 by using pork-derived enzymes in MSG production without clear disclosure, which led to its product being declared non-halal by the Indonesian Ulema Council (MUI). Additionally, the company was accused of using harmful additives such as formalin. These practices conflicted with the halal concept in Islam, which demands both lawful and wholesome consumption. This research emphasizes the importance of applying Islamic ethical principles, especially transparency, in the food industry to maintain consumer trust and comply with religious and safety standards. The findings can be used as a reference for policy recommendations in strengthening halal certification governance and ethical auditing. This study provides a focused ethical analysis of a real-world business case from an Islamic perspective, highlighting the consequences of ethical breaches in a Muslim-majority market.*

Keywords: *Islamic business ethics; transparency; halal-thayyib; product safety; Ajinomoto Indonesia*

Abstrak. Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelanggaran etika bisnis Islam, khususnya dalam aspek transparansi produk, yang dilakukan oleh PT. Ajinomoto Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan kajian pustaka. Data dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk jurnal akademik, laporan, dan kasus terdokumentasi yang terkait dengan isu halal dan keamanan produk PT. Ajinomoto Indonesia. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa PT. Ajinomoto Indonesia melanggar prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada tahun 2001 dengan menggunakan enzim yang berasal dari babi dalam produksi MSG tanpa pengungkapan yang jelas, yang menyebabkan produknya dinyatakan tidak halal oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Selain itu, perusahaan tersebut dituduh menggunakan bahan tambahan berbahaya seperti formalin. Praktik-praktik ini bertentangan dengan konsep halal dalam Islam, yang menuntut konsumsi yang halal dan sehat. Penelitian ini menekankan pentingnya penerapan prinsip-prinsip etika Islam, terutama transparansi, dalam industri makanan untuk menjaga kepercayaan konsumen dan mematuhi standar agama dan keamanan. Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk rekomendasi kebijakan dalam memperkuat tata kelola sertifikasi halal dan audit etika. Studi ini memberikan analisis etika yang terfokus pada kasus bisnis dunia nyata dari perspektif Islam, yang menyoroti konsekuensi pelanggaran etika di pasar yang mayoritas penduduknya Muslim.

Kata kunci: etika bisnis Islam; transparansi; halal-thayyib; keamanan produk; Ajinomoto

1. LATAR BELAKANG

Etika bisnis Islam merupakan sekumpulan prinsip moral yang mengatur aktivitas bisnis dengan dasar ajaran agama Islam. Prinsip-prinsip ini mencakup prinsip kejujuran, keadilan, transparansi, serta kepatuhan terhadap hukum syariah, termasuk dalam aspek kehalalan produk. Tujuan dari prinsip-prinsip ini adalah untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan informasi yang jelas dan akurat mengenai suatu produk, sehingga

tidak terjadi penipuan atau praktik bisnis yang merugikan pelanggan. Namun, dalam praktiknya masih terdapat perusahaan yang melakukan pelanggaran etika bisnis Islam, salah satunya adalah PT. Ajinomoto Indonesia.

PT. Ajinomoto Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di industri makanan, terutama dalam produksi dan distribusi *monosodium glutamate* (MSG) serta produk bumbu masak lainnya. Sejak berdiri pada tahun 1958, Perusahaan ini mengalami perkembangan pesat dan menjadi pelopor bumbu masakan penyedap rasa atau dikenal sebagai MSG pertama di Indonesia. Akan tetapi, seiring dengan berkembangnya bisnis dan meningkatnya persaingan, PT. Ajinomoto terlibat dalam beberapa kasus yang mengindikasikan pelanggaran etika bisnis, terutama terkait transparansi produk dan kepatuhan terhadap standar halal serta keamanan pangan.

Pada tahun 2001, PT. Ajinomoto Indonesia mengalami kasus penggunaan enzim babi dalam bahan baku MSG-nya, sehingga MUI menyatakan produknya tidak halal. Akibatnya, produk ditarik dari pasaran sehingga menyebabkan kerugian besar dan merusak kepercayaan masyarakat, terutama masyarakat Muslim. Selain itu, perusahaan juga pernah diduga menggunakan formalin sebagai bahan tambahan. Kedua kasus ini bertentangan dengan prinsip *halalan thayyiban* dalam Islam karena membahayakan kesehatan dan tidak memenuhi standar keamanan pangan yang seharusnya dijaga oleh produsen makanan.

Untuk mengembalikan citranya, PT. Ajinomoto Indonesia mengadakan program edukasi dan klarifikasi terkait keamanan MSG. Namun, dalam etika bisnis Islam transparansi seharusnya diterapkan sejak awal, bukan hanya setelah adanya isu. Oleh karena itu, makalah ini akan membahas lebih lanjut tentang pelanggaran etika bisnis Islam dalam transparansi produk pada PT. Ajinomoto Indonesia. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada khalayak tentang pentingnya implementasi etika bisnis Islam dalam dunia industri, terutama di perusahaan yang produknya dikonsumsi oleh masyarakat luas.

2. KAJIAN TEORITIS

Definisi Etika Bisnis Islam

Menurut Wahyu dan Ostaria, kata “etika” berasal dari bahasa Yunani Kuno “*ethikos*” yang memiliki arti “timbul dari kebiasaan”. Etika dapat dipahami sebagai cabang utama filsafat yang mempelajari nilai-nilai atau kualitas moral¹. Menurut Qalbu, dkk. etika bersifat

¹ Hilma Harmen, dkk., “Analisis Pelanggaran Etika Produksi dan Pemasaran pada PT. Ajinomoto: Strategi Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis,” *Jurnal Bina Manajemen* 13, no. 2 (2025) hlm. 52.

relatif dan dinamis karena etika adalah cabang filsafat berdasarkan akal pikiran manusia, sedangkan akhlak lebih bersifat transcendental karena akhlak adalah bidang pengetahuan yang mengajarkan moralitas berdasarkan ajaran Allah Swt. dan Rasulullah SAW.²

Etika terdiri dari nilai dan standar jelas yang berfungsi sebagai pegangan dan arah hidup manusia³. Salah satu cabang dari etika adalah etika bisnis, yang merupakan sekumpulan prinsip dan norma yang dipegang oleh para pelaku bisnis dengan penuh komitmen untuk berperilaku, bertransaksi, dan berelasi guna mencapai tujuan bisnis⁴. Menurut Fauzia, etika bisnis adalah standar nilai yang digunakan oleh para pelaku bisnis, mulai dari pemilik usaha, manajer, dan karyawan. Etika bisnis sangat terkait dengan cara wirausahawan membangun kepercayaan dalam dirinya sendiri, mitra kerja, pembeli, pasar, dan masyarakat secara luas.⁵

Dalam perspektif Islam, bisnis Islam adalah sekumpulan aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi oleh jumlah kepemilikan, baik barang maupun jasa termasuk keuntungan yang diperoleh, tetapi dibatasi oleh cara mendapatkan dan mendayagunakan harta tersebut sesuai dengan aturan halal dan haram⁶. Pada dasarnya bisnis Islam mirip dengan bisnis pada umumnya, tetapi dalam bisnis Islam harus tunduk dan patuh pada batasan-batasan yang terkandung dalam Al-Qur'an, Sunnah, *Ijma*, dan *Qiyas*⁷. Bisnis Islam adalah sebuah praktik bisnis yang menjunjung tinggi nilai kesantunan, kebersamaan, serta penghormatan atas hak setiap orang.

Muhammad Djakfar mengemukakan bahwa etika bisnis Islam terdiri dari prinsip-prinsip etika Islam dalam aktivitas bisnis yang didasarkan pada Al-Qur'an dan hadits. Dengan demikian, baik etika bisnis yang bersumber dari kitab suci. sunnah Rasulullah SAW, maupun etika bisnis modern harus dianalisis secara holistik, bukan hanya secara parsial. Sementara Ali Hasan berpendapat bahwa etika bisnis Islam adalah pengamalan akhlak dalam menjalankan bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga pelaksanaan aktivitas bisnis yang dijalankan tidak akan diragukan lagi.⁸

Menurut Syed Nawab Haidar Naqvi mengemukakan empat prinsip etika Islam yang dapat digunakan oleh seorang muslim untuk menjalankan bisnisnya. Keempat prinsip

² Henny Hamdani Basri, dkk., "Etika Moral dalam Ilmu Pengetahuan," *Indonesian Research Jurnal on Education* 4, no. 1 (2024) hlm. 347.

³ Hilma Harmen, dkk., *Loc.Cit.*,

⁴ Lina Marlina & Agus Susanto. *Etika Bisnis Islam* (Tasikmalaya: Unsil Library Publisher, 2024) hlm. 60.

⁵ *Ibid.*

⁶ *Ibid.*, hlm. 125.

⁷ Kiki Hardiansyah & Fitrianty Adirestuty. "Islamic Business Ethics: The Key to Success in Family Business (Case Study at Green Hotel Ciamis)" *Journal homepage: <https://ejournal.upi.edu/index.php/rief/index>* 4, no.2 (2022) hlm. 84.

⁸ Alfiani Usman, *Konsep Etika Bisnis Islam Menurut Muhammad Djakfar*, (Parepare: 2022) hlm. 9.

tersebut meliputi tauhid (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), dan pertanggungjawaban (*responsibility*).⁹

Definisi Transparansi dalam Bisnis

Dalam bahasa Arab, transparansi disebut (الشفافية)¹⁰. Transparansi berasal dari kata “transparent” yang bermakna kejelasan, keterbukaan, dan keaslian. Sehingga transparansi dapat digambarkan sebagai kemampuan untuk memberikan informasi yang jelas dan terbuka¹¹. Menurut Imam Ghazali, transparansi adalah prinsip moral yang mendorong kejujuran, keadilan, dan keterbukaan dalam interaksi manusia¹². Sukrisni Agoes dan Cenik Ardana mendefinisikan transparansi sebagai suatu kewajiban bagi para pengelola untuk menerapkan prinsip keterbukaan di dalam proses pengambilan keputusan dan penyampaian informasi¹³. Menurut Mardiasmo, transparansi mengacu pada keterbukaan negara dalam memberikan informasi mengenai pengelolaan sumber daya publik kepada lembaga-lembaga yang membutuhkannya. Setiap sosialisasi, diwajibkan untuk menyediakan informasi dan data lain yang akan digunakan oleh para pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan. Transparansi berarti menyediakan semua informasi yang relevan kepada semua pihak dengan biaya yang serendah mungkin, termasuk berbagai peraturan perundang-undangan dan kebijakan organisasi,. Informasi sosial, ekonomi, dan politik yang akurat dan teratur sering kali melalui media yang bertanggung jawab harus disampaikan kepada publik.¹⁴

Menurut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008, keterbukaan informasi publik merupakan hak publik untuk mengakses informasi dan merupakan ciri penting negara demokratis.¹⁵

Dalam ajaran Islam, konsep transparansi sangat relevan dengan sifat Nabi Muhammad SAW. Antonio menyebut bahwa nilai seperti *shiddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh* yang melekat pada beliau tercermin dalam praktik bisnis dan manajemen.¹⁶

⁹ M. Thoriq Nurmadiansyah, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: CV Cakrawala Media Pustaka, 2021) hlm. 31.

¹⁰ Atep Hendang Waluya & Aforisma Mulauddin. “Auntansi: Akuntabilitas dan Transparansi dalam QS. Al-Baqarah (2): 282-284” *Jurnal Online Universitas Islam Negeri Sultan Maulana* 12, no. 2 (2020) hlm. 21.

¹¹ Agus Arwani & Unggul Priyadi, “Eksplorasi Peran Teknologi Blockchain dalam Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas dalam Keuangan Islam: Tinjauan Sistematis” *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen* 2, no. 4 (2024) hlm. 25.

¹² Fillah Nur Aini, 2024. *ANALISIS KEADILAN DAN TRANSPARANSI PERSPEKTIF IMAM AL-GHAZALI TERHADAP PENAKSIRAN HARGA JASA SERVIS HANDPHONE PADA KONTER EL-BASS KECAMATAN KASREMAN KABUPATEN NGAWI*. Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. hlm.32.

¹³ Axxel Matthew & Erick Stefan. “Transparansi dan Kejujuran Terhadap Pengiklanan Online” *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara* 1, no. 3 (2024) hlm.4569.

¹⁴ Dwi Novita Sari, dkk., “Implementasi Prinsip Transparansi dalam Kaidah Islam” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2, no.3 (2022) hlm. 912.

¹⁵ *Ibid.* hlm. 913.

¹⁶ Fillah Nur Aini, *Op.Cit.* hlm. 34.

Konsep Halal dan *Thayyib* dalam Produk Makanan

Dalam bahasa Arab secara bahasa makanan disebut *tha'am*, *aklun*, dan *ghida'*, yang berarti mencicipi atau mengonsumsi sesuatu dengan cara memasukannya ke dalam perut melalui mulut. Kata *ghidha'* juga menjadi dasar kata “gizi” dalam bahasa Indonesia. Menurut Shihab secara istilah, makanan mencakup segala sesuatu yang dapat dikonsumsi, baik yang berasal dari darat maupun laut.¹⁷

Kata “halal” berasal dari bahasa Arab *الحل* yang artinya *الفتح* yaitu terbuka¹⁸. Menurut Roswien, secara etimologi halal berarti “*halla*” yang menggambarkan kondisi lepas atau tidak terikat. *Halalan* merujuk pada segala sesuatu yang diperbolehkan dan tidak terikat oleh berbagai ketentuan¹⁹. Prinsip umumnya, semua makanan dan minuman dianggap halal untuk di konsumsi, kecuali terdapat dalil yang mengharamkannya. Dalam Islam makanan halal adalah yang diperbolehkan menurut syariat berdasarkan Al-Qur'an dan hadits.

Berikut adalah syarat-syarat konsep halal dalam mengonsumsi makanan yang bisa dijadikan sebagai pedoman untuk beribadah kepada Allah:²⁰

- Kebersihan dan kesucian makanan yang halal harus diperhatikan, termasuk dalam proses pembuatan produk, alat masak, dan tempat penyajiannya.
- Makanan seharusnya tidak merusak kesehatan fisik dan mental.
- Tidak mengandung *Syubhat*.

Selain halal, Islam juga memperkenalkan konsep *thayyib*. Kata *thayyib* berasal dari bahasa Arab “*thaba*” yang berarti baik, least, menyenangkan, enak, dan nikmat atau bisa diartikan sebagai sesuatu yang bersih atau suci. Sedangkan para ahli tafsir menjelaskan bahwa *thayyib* merujuk pada makanan yang tidak kotor dari segi zatnya, tidak rusak (kadaluwarsa), dan bebas dari najis.²¹

Menurut Ibn Katsir, *thayyib* dalam konteks makanan berarti mengacu pada sesuatu yang baik dan tidak membahayakan tubuh maupun pikiran. Namun menurut M. Quraish Shihab makanan yang dianggap *thayyib* adalah makanan yang sehat, proporsional (tidak berlebihan), aman untuk dikonsumsi, dan tentunya halal.²²

¹⁷ Aulia Izzah Hasanah, dkk., “Konsep Makanan Halal dan Thayyib” *Jurnal Al-Qur'an dan Tafsir*, 10, no. 10 (2020) hlm. 3.

¹⁸ Nashirun. “Makanan Halal dan Haram dalam Perspektif Al Qur'an” *Jurnal Kajian Manajemen Halal dan Pariwisata Syariah* 3, no. 2 (2020) hlm. 4.

¹⁹ Nurkhayati Rojabiah, dkk., “Korelasi Makanan Halal dan Thoyib terhadap Kesehatan dalam Perspektif Al-Qur'an” *International Jurnal Mathla'ul Anwar of Halal Issues* 3, no. 1 (2023) hlm. 3.

²⁰ Fauzan Ra'if Muzakki. 2021. *KONSEP MAKANAN HALAL DAN THAYYIB TERHADAP KESEHATAN DALAM AL-QUR'AN* (Analisis Kajian Tafsir Tematik)_ Skripsi. Fakultas Ushuluddin. Institut Perguruan Tinggi Ilmu Al-Qur'an. hlm. 20-21

²¹ Aulia Izzah Hasanah, dkk., *Loc.Cit.*

²² Fauzan Ra'if Muzakki. *Op.Cit.* hlm. 15.

Makanan halal dan *thayyib* dapat dibedakan menjadi tiga kategori²³, yaitu:

- Halal secara zat, merujuk pada produk yang pada dasarnya halal untuk dikonsumsi, serta kehalalannya telah ditetapkan dalam Al-Qur'an dan hadits.
- Halal cara memperolehnya, berarti bahwa meskipun suatu produk halal, bisa menjadi haram apabila cara memperolehnya tidak sesuai dengan syariat.
- Halal cara pengolahannya, yakni produk yang asalnya halal, namun statusnya menjadi haram jika proses pengolahannya tidak mengikuti syariat agama.

Kasnawati, menjelaskan mengenai jenis-jenis makanan halal sebagai berikut:

- Semua makanan yang tidak mengandung unsur kotor atau menjijikan.
- Semua makanan yang tidak mendatangkan mudarat bagi kesehatan jasmani, moral, maupun akal.
- Semua makanan yang tidak diharamkan dalam Al-Qur'an dan hadits²⁴.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka. Sumber data berasal dari berbagai literatur seperti buku, jurnal, berita daring, dan dokumen resmi yang relevan dengan etika bisnis Islam, transparansi produk, dan kasus PT. Ajinomoto Indonesia. Data dikumpulkan melalui penelusuran dokumen dan dianalisis menggunakan teknik analisis isi, dengan menekankan pada pemahaman makna serta keterkaitan antara prinsip-prinsip etika bisnis Islam dan praktik perusahaan. Validitas data diperoleh melalui perbandingan dari berbagai sumber untuk memastikan keakuratan informasi. Penelitian ini tidak menggunakan perhitungan angka atau rumus karena seluruh data bersifat kualitatif dan dianalisis secara naratif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Etika Bisnis Islam

Berdasarkan teori yang sudah dipaparkan, etika berperan sebagai fondasi dalam membentuk perilaku manusia, termasuk dalam konteks bisnis. Etika bisnis, baik dalam perspektif umum maupun Islam, memberikan pedoman bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan aktivitasnya dengan penuh tanggung jawab dan moralitas tinggi.

²³ Aulia Izzah Hasanah, dkk., *Op.Cit.*, hlm. 6

²⁴ *Ibid.* hlm. 7.

Dalam praktiknya, penerapan etika bisnis mencerminkan sejauh mana pelaku usaha menjunjung nilai-nilai moral dalam setiap aspek bisnis mereka. Etika bisnis telah menjadi pedoman yang digunakan oleh semua pelaku bisnis, mulai dari pemilik usaha hingga karyawan, dalam membangun kepercayaan dengan mitra kerja dan masyarakat. Kepercayaan ini menjadi modal utama dalam membangun bisnis yang berkelanjutan dan berorientasi pada kesejahteraan bersama. Pernyataan ini sesuai dengan firman Allah yang terdapat dalam Q.S. AL-Mutaffifin ayat 1 hingga 3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya : ”Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang), (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi.”

Ayat ini menekankan betapa pentingnya kejujuran dan keadilan dalam praktik bisnis. Selain itu, ayat ini juga mengingatkan kita bahwa perilaku curang dalam dunia bisnis akan membawa akibat buruk, baik dalam kehidupan dunia maupun akhirat. Kejujuran dalam bisnis tidak hanya mencerminkan integritas seorang pelaku usaha, tetapi juga menentukan keberkahan usaha itu sendiri. Dengan menerapkan nilai-nilai dari ayat ini, pelaku usaha akan terdorong untuk menjalankan bisnisnya secara transparan dan adil, sehingga dapat membangun kepercayaan yang kuat dari pelanggan dan mitra bisnisnya.

Perbuatan curang dalam bisnis menunjukkan adanya sifat tamak, yang berusaha meraih keuntungan pribadi meskipun harus dengan cara merugikan orang lain. Lebih lanjut, dalam perspektif Islam prinsip etika bisnis Islam mencakup keadilan, kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaran, dan pengetahuan. Jika prinsip-prinsip ini diterapkan secara konsisten, maka aktivitas bisnis tidak hanya fokus pada keuntungan semata, tetapi juga berupaya memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat. Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.”

Ayat ini menekankan pentingnya bisnis yang bersih dari praktik kecurangan dan ketidakadilan. Muhammad Djakfar menekankan bahwa etika bisnis Islam harus dipandang secara holistik dan bukan sekadar konsep akademik. Artinya, penerapan etika bisnis dalam

Islam tidak hanya menjadi bahan kajian teoritis, tetapi juga menjadi tuntunan bagi pelaku bisnis dalam menjalankana usaha mereka.

Dalam realitas bisnis saat ini masih banyak ditemukan pelanggaran etika yang bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar etika bisnis, baik dalam perspektif umum maupun Islam. Sebagai contoh, praktik kecurangan dalam laporan keuangan, ketidaktransparan dalam transaksi, serta eksploitasi sumber daya manusia menunjukkan adanya kesenjangan antara teori dan praktik. Salah satu contoh kasus yang mencerminkan pentingnya penerapan etika bisnis adalah kasus PT. Ajinomoto, yang pernah menghadapi kontroversi terkait aspek halal dalam produknya. Kasus ini menunjukkan bagaimana transparansi dan kepatuhan terhadap etika bisnis sangat penting dalam menjaga kepercayaan konsumen dan kelangsungan bisnis.

Dalam Islam, kepercayaan dan kejujuran dalam bisnis adalah prinsip utama sebagaimana disabdakan oleh Rasulullah SAW:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

Artinya: “Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang jujur, dan para syuhada”. (HR. Tirmidzi).

Hadits ini menegaskan bahwa kejujuran dan amanah dalam bisnis bukan hanya nilai moral semata, tetapi juga memiliki ganjaran spiritual yang tinggi. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis yang kuat menjadi kebutuhan mendesak bagi setiap pelaku usaha agar tercipta lingkungan bisnsi yang lebih adil, transparan, dan berorientasi pada kesejahteraan bersama.

Dengan memahami dan menerapkan etika bisnis secara menyeluruh, baik dalam perspektif umum maupun Islam, para pelaku bisnis dapat membangun reputasi yang kuat serta menciptakan ekosistem bisnis yang lebih berkelanjutan. Dengan demikian, penguatan dan pengawasan terhadap penerapan etika bisnis menjadi faktor kunci dalam menjaga integritas dunia usaha.

Bisnis dalam Islam harus berlandaskan pada prinsip-prinsip yang terkandung dalam Al-Qur'an, sunnah, ijma, dan qiyas. Sudah jelas bahwa Al-Qur'an dan sunnah Nabi adalah sumber etika bisnis Islam, dan setiap ide atau gagasan yang berkaitan dengan masalah etika bisnis Islam harus bersandar pada kedua sumber pokok.

Dalam salah satu khutbahnya, Abu Bakar as-Shiddiq r.a. mengatakan:

وَلَكِنَّهُ نَزَّلَ الْقُرْآنَ وَسَنَّ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَ عَلَّمَنَا فَعَمَلْنَا

Artinya: “Tetapi sesungguhnya Al-Qur'an telah diturunkan dan Nabi SAW lah yang mengamalkan sunnahnya. Dan kita telah mengetahui maka kita amalkan.”

Ucapan Abu Bakar ini menjelaskan bahwa sumber utama syari'at Islam adalah Al-Qur'an dan hadits Nabi yang mulia. Ketika menghadapi suatu permasalahan dan belum diketahui atau belum jelas hukumnya, ia segera membuka Al-Qur'an untuk mencari tahu jawabannya yang relevan. Jika ditemukan aturan dalam Al-Qur'an maka keputusan diambil berdasarkan Al-Qur'an, Tapi jika tidak menemukan hukumnya dalam Al-Qur'an maka keputusan beralih kepada hadits. Kemudian jika apabila dari kedua sumber tersebut masih belum ditemukan, maka ia akan mengumpulkan para tokoh dari kalangan sahabat Rasul untuk berdiskusi dan bermusyawarah tentang masalah yang baru muncul. Adapun hasil musyawarahnya dikenal dengan istilah ijma. Para sahabat juga membandingkan hukum-hukum yang sudah ada dengan yang baru yang bertujuan untuk menemukan alasan mengapa hukum-hukum tersebut dibuat. Cara ini disebut dengan istilah qiyas.

Menurut Muhammad Djakfar etika bisnis Islam mencerminkan prinsip-prinsip etika yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadits yang diterapkan dalam aktivitas bisnis. Hal ini menekankan bahwa baik etika bisnis yang berasal dari kitab suci maupun dari sunnah Rasul, harus dipahami secara menyeluruh dan tidak secara terpisah. Sementara Ali Hasan mengemukakan bahwa etika bisnis Islam adalah cara menjalankan bisnis yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Dengan demikian, pelaksanaan bisnis akan berjalan dengan jelas tanpa keraguan.

Lebih lanjut, dalam Islam etika bisnis tidak hanya harus dilihat sebagai produk akademik yang dapat menghasilkan cabang keilmuan baru, tetapi juga dianggap sebagai tuntutan untuk para pelaku bisnis dalam kehidupan sehari-hari. Tidak diragukan lagi, Syed Nawab Haidar Naqvi telah menyoroti empat prinsip etika Islam yang seharusnya dapat dijadikan pedoman oleh umat muslim untuk menjalankan bisnis mereka. Keempat prinsip tersebut meliputi tauhid (unity), keseimbangan (equilibrium), kehendak bebas (free will), dan pertanggungjawaban (responsibility).

- Tauhid/ kesatuan (Unity)

Tauhid adalah konsep yang menyatukan seluruh manusia dalam ketaatan kepada Allah. Seperti dalam firmanNya:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Artinya: "Katakanlah, sesungguhnya salatku, pengorbananku, hidupku, dan matiku hanya untuk Allah, Tuhan semesta alam." (QS. Al-An'am: 162)

Tauhid menjadi dimensi vertikal dalam Islam yang mengintegrasikan berbagai aspek kehidupan, termasuk politik, ekonomi, sosial, dan keagamaan dalam satu

kesatuan yang harmonis. Prinsip ini juga menekankan bahwa manusia itu harus hidup berdampingan secara damai, seperti yang disebutkan dalam Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: “ Hai manusia, sesungguhnya kami telah menciptakan kamu dari laki-laki dan Perempuan, serta menjadikanmu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal.” (QS.Al-Hujurat: 13)

Dalam dunia bisnis, prinsip tauhid mengajarkan bahwa seorang pengusaha Muslim tidak boleh melakukan tiga hal, yaitu:

- Diskriminasi, baik terhadap karyawan, pelanggan, mitra kerja, maupun yang berkaitan dengan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama, adalah hal yang tidak dapat dibenarkan.
- Praktik bisnis yang tidak jelas, kita seharusnya menjalankan praktik bisnis yang transparan, kita harus takut, patuh, dan mengingat hanya kepada Allah.
- Menimbun kekayaan atau bersikap serakah, karena harta yang kita miliki sejatinya adalah amanah dari Allah.

- Keseimbangan (Equilibrium)

Jika tauhid adalah dimensi partikel Islam, maka keseimbangan (al-Adl) adalah dimensi horizontalnya. Prinsip ini menciptakan harmoni dalam kehidupan dan memastikan tatanan sosial yang baik. Kerusakan terhadap keseimbangan dianggap sebagai kejahatan.

Dalam kehidupan individu, keseimbangan berarti mengelola berbagai aspek kehidupan dengan adil, seperti kebutuhan duniawi dan ukhrawi, ekonomi dan sosial, serta hak dan kewajiban. Sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagimu, dan janganlah kamu melampaui batas.” (QS. Al-Maidah: 87)

Dalam bisnis, keseimbangan menentukan cara terbaik untuk merancang strategi penjualan, konsumsi, dan produksi. Dalam konteks ini, prinsip keadilan yang dianjurkan oleh Islam menekankan pentingnya menciptakan harmoni antara kepentingan individu dan kepentingan orang lain. Konsep ini bertujuan untuk mengintegrasikan tindakan yang mengarah pada keadilan dan keseimbangan. Dimungkinkan untuk menghindari perilaku mengganggu dari pihak pemberi kerja.

- Kehendak bebas (Free will)

Agama Islam mengajarkan bahwa manusia memiliki kehendak bebas, meskipun kebebasan mutlak hanya milik Allah. Ia memberi manusia kebebasan untuk melakukan apa yang mereka inginkan, tetapi dengan batas tertentu.

Kebebasan ini dalam dunia bisnis mencakup hak untuk membuat perjanjian dan kewajiban untuk menepatinya. Seorang Muslim yang beriman kepada Allah akan selalu memegang teguh janjinya. Ia juga sadar bahwa tindakannya berdampak pada masyarakat secara keseluruhan, bukan hanya pada dirinya sendiri.

- Pertanggungjawaban (responsibility)

Kehendak bebas membawa konsekuensi, yaitu tanggung jawab atas setiap perbuatan. Hal ini tercermin dalam Al-Qur'an, Allah Swt. berfirman:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Artinya: "Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya." (QS. Al-Muddatsir: 38)

Islam mengajarkan bahwa setiap orang harus mempertanggungjawabkan tindakannya, tanpa mencari kambing hitam. Sementara dalam kehidupan, Islam menekankan perubahan dan perbaikan diri. Tidak ada fatalisme dalam ajaran Islam, karena Allah menyebutkan dalam QS. Ar-Ra'd: 11:

...إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوْا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya: "Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri."

Dalam Islam, kebebasan individu selalu sejalan dengan tanggung jawab sosial. Islam mengajarkan bahwa mereka yang peduli pada kebaikan bersama lebih mulia di sisi Allah.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung." (QS. Ali-Imran: 104).

Dengan adanya etika bisnis, sebuah perusahaan atau organisasi diharapkan mampu menjalankan usahanya secara adil, patuh terhadap peraturan yang berlaku, serta memiliki pedoman yang jelas dalam membangun citra positif dan pengelolaan bisnis yang professional.

Definisi Transparansi dalam Bisnis

Menurut Imam Ghazali, transparansi merupakan nilai etika yang penting dalam kehidupan bermasyarakat. Ia menekankan pentingnya kejujuran dan keterbukaan agar tercipta keadilan dalam hubungan antar manusia. Transparansi adalah konsep yang sangat penting dalam manajemen bisnis, terutama dalam bidang akuntansi dan industri makanan. Dalam industri makanan, transparansi sangat diperlukan, terutama terkait informasi produk seperti bahan baku, proses produksi, kandungan gizi, serta sertifikasi halal dan keamanan pangan. Dengan adanya keterbukaan ini, konsumen bisa memastikan bahwa produk yang mereka konsumsi aman, berkualitas, dan sesuai dengan kebitihan mereka. Prinsip transparansi ini sejalan dengan ajaran Islam, sebagaimana disebutkan dalam QS. An-Nisa Ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا
بَصِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”

Dalam hal transparansi, Allah telah menyuruh agar seseorang untuk menyampaikan amanat kepada pihak yang berhak menerimanya, karena Allah Maha Mendengar dan Maha Melihat.

Selain dalil yang disebutkan di atas, berikut adalah hadits yang menjelaskan transparansi:
عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ: لَمَّا اسْتُخْلِفَ أَبُو بَكْرٍ: الصِّدِّيقُ قَالَ لَقَدْ عَلِمَ قَوْمِي أَنَّ حِرْقَتِي لَمْ تَكُنْ تَعْجُرُ عَنْ مَنُونَةِ أَهْلِي. وَشَغَلْتُ بِأَمْرِ الْمُسْلِمِينَ فَسَيَأْكُلُ آلَ أَبِي بَكْرٍ مِنْ هَذَا الْمَالِ وَيَحْتَرِفُ لِلْمُسْلِمِينَ فِيهِ

Hadits shahih yang diriwayatkan oleh Al-Bukhari menunjukkan bahwa seorang pemimpin harus menunjukkan transparansi dalam menjalankan pemerintahannya. Khalifah Abu Bakar Al-Shiddiq, ketika menjabat memberi contoh yang baik dalam hal ini. Ia dengan jujur menginformasikan kepada rakyatnya bahwa dia dan keluarganya memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan mengambil dari Baitul Mal. Hal ini dilakukan karena kesibukannya sebagai khalifah menghalanginya untuk mencari nafkah sebagai pedagang. Pernyataan tersebut mencerminkan sikap terbuka dan transparan dalam pengelolaan keuangan umat dan menunjukkan pertanggungjawaban seorang pemimpin atas keputusan yang diambil.

Salah satu ujian dari transparansi adalah untuk mendorong komunikasi yang lebih luas, membangun kerjasama antar kelompok, mendorong perlindungan terhadap praktik yang merugikan seperti kecurangan dan korupsi, serta membuat akuntabilitas dalam setiap

kebijakan yang diambil. Dengan adanya transparansi, masyarakat akan merasa lebih percaya dan yakin terhadap kepemimpinan mereka.

Penerapan transparansi sangat krusial di berbagai sektor. Dalam pemerintahan, transparansi memastikan bahwa kebijakan dan anggaran negara dikelola dengan baik demi kepentingan rakyat. Keuntungannya meliputi peningkatan kepercayaan publik, pencegahan korupsi, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam perencanaan dan pengambilan keputusan.

Di sektor swasta, transparansi berkontribusi dalam membangun kepercayaan antara pemegang saham, karyawan, dan konsumen. Aspek penting dari transparansi dalam bisnis mencakup keterbukaan dalam laporan keuangan agar investor dapat memahami kondisi perusahaan, pengungkapan kebijakan terkait praktik kerja, tanggung jawab sosial, serta kepatuhan terhadap regulasi. Perusahaan yang menerapkan transparansi cenderung lebih dipercaya oleh pelanggan dan investor, serta lebih menarik bagi tenaga kerja berkualitas.

Selain itu, transparansi juga memegang peranan penting dalam organisasi dan lembaga sosial, seperti LSM. Organisasi-organisasi ini perlu menerapkan prinsip transparansi agar donatur dan masyarakat dapat mengetahui bagaimana dana yang disalurkan digunakan. Bentuk transparansi dalam organisasi sosial dapat mencakup pelaporan penggunaan dana, publikasi program kerja yang menunjukkan dampak yang dihasilkan, serta kepatuhan terhadap standar akuntabilitas agar tetap kredibel dan mendapatkan dukungan dari berbagai pihak.

Meskipun transparansi memiliki banyak manfaat, terdapat beberapa batasan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah perlindungan privasi, di mana informasi pribadi individu atau data rahasia tidak boleh diungkapkan sembarangan. Selain itu, terdapat juga aspek kerahasiaan negara dan keamanan nasional, di mana informasi tertentu terkait pertahanan atau strategi negara harus dijaga kerahasiaannya demi kepentingan nasional. Tantangan lainnya adalah potensi penyalahgunaan informasi, di pihak-pihak tertentu dapat menggunakan transparansi yang berlebihan untuk kepentingan yang tidak bertanggung jawab.

Secara keseluruhan, transparansi merupakan elemen kunci dalam membangun sistem yang lebih akuntabel dan dipercaya oleh masyarakat. Meskipun ada berbagai tantangan, penerapan transparansi dengan bijak dapat memperkuat kepercayaan publik terhadap pemerintah, dunia usaha, dan organisasi sosial. Oleh karena itu, setiap institusi perlu menemukan keseimbangan antara keterbukaan dan perlindungan informasi agar prinsip transparansi dapat diimplementasikan secara optimal.

Nico Adrianto mengungkapkan beberapa manfaat utama dari transparansi sebagai berikut:

- Mencegah tindakan korupsi.
- Memudahkan identifikasi kelemahan dan kekuatan dalam kebijakan yang diterapkan.
- Meningkatkan akuntabilitas agar masyarakat dapat menilai kinerja lembaga dengan lebih mudah.
- Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap komitmen lembaga dalam pengambilan keputusan tertentu.
- Memperkuat kohesi sosial, seiring dengan meningkatnya kepercayaan yang dimiliki masyarakat terhadap lembaga.

Dalam pandangan akidah Islam, transparansi merupakan aspek penting dari nilai kejujuran (*shidiq*) atas setiap informasi yang dikumpulkan dalam sebuah lembaga perusahaan, yang merupakan fondasi utama dalam hubungan antar manusia, termasuk dalam pengelolaan keuangan dan informasi. Transparansi dalam Islam bukan hanya prinsip manajemen, tetapi merupakan kewajiban moral dan agama. Dalam kaidah *ushul fiqh* disebutkan bahwa sesuatu yang menjadi sarana untuk menunaikan kewajiban, maka hukumnya juga wajib. Pengawasan juga menjadi bagian penting agar nilai *shidiq* dan amanah dapat dijaga. Menurut Imam Ali, transparansi adalah jalan untuk menyejahterakan masyarakat dan menjaga kekuatan negara dalam rangka keadilan sosial dan spiritual. Nilai transparansi sangat menuntut nilai-nilai yang terdapat dalam Al-quran surat Al-Is'ra ayat 35 disebutkan:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ، ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: “Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”

Menekankan sikap transparan yang mencakup keterbukaan dan kejujuran, merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Dalam ajaran Islam, konsep transparansi sangat relevan dengan sifat Nabi Muhammad SAW. Antonio menyebut bahwa nilai kenabian yang melekat pada beliau juga tercermin dalam praktik bisnis dan manajemennya. Sifat *shiddiq* mencerminkan integritas melalui kejujuran dan keseimbangan; amanah menunjukkan kepercayaan dan tanggung jawab, termasuk transparansi; *fathanah* mencerminkan kecerdasan dan visi kepemimpinan; sementara *tabligh* menekankan komunikais efektif, kerja tim, serta koordinasi yang baik.

Konsep Halal dan Thayyib dalam Produk Makanan Menurut Islam

Secara etimologis, istilah halal memiliki makna dalam Kamus Bahasa Arab Al-Maani sebagai sesuatu yang diizinkan oleh Allah Swt, diperbolehkan, dan tidak dilarang. Sementara itu, dalam konteks istilah, pengertian halal dijelaskan dalam Ta'rif Halal wal Haram fil Islam sebagai segala sesuatu yang diperbolehkan oleh Allah Swt . Apabila seorang mukmin melakukan perbuatan halal dengan maksud untuk taat kepada Allah, dia akan mendapatkan pahala atas tindakannya. Ini mengingatkan kita bahwa hanya Allah yang memiliki hak untuk mengizinkan atau menghalalkan, serta melarang atau mengharamkan. Sebagaimana disebutkan di dalam firman-Nya.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.” (QS Al-Maidah: 87).

Ayat-ayat dalam Tafsir Al-Muyassar dan Tafsir Al-Madinah Al-Munawwarah menegaskan bahwa umat beriman dilarang untuk mengharamkan apa yang telah dihalalkan oleh Allah Swt., seperti dalam hal makanan, minuman, dan pernikahan. Selain itu, mereka juga tidak boleh melanggar batasan yang telah ditetapkan oleh-Nya. Sikap berlebih-lebihan dalam mengharamkan atau menghalalkan sesuatu bertentangan dengan ajaran syariat.

Syaikh Dr. Shalih bin Abdullah bin Humaid menegaskan bahwa mengharamkan sesuatu yang sebenarnya halal dengan dalih untuk menunjukkan sikap zuhud atau ibadah tidak diperbolehkan . Dalam kebudayaan Melayu, makanan yang didefinisikan halal adalah makanan yang baik, bermanfaat, tidak berbahaya, dan diperoleh dengan cara yang sah.

Menurut Mu'jam al-Wasith, halal adalah segala sesuatu yang tidak dilarang oleh agama. Kategori haram dibagi menjadi dua jenis, yang pertama yaitu haram secara zat, seperti babi, bangkai, dan darah. Yang kedua, yaitu haram karena cara memperoleh atau mengolahnya.

Kata "halal" menurut Quraish Shihab, asalnya dari akar kata yang memiliki arti "lepas" atau "tidak terikat." "Dalam konteks hukum Islam, hal ini mencakup segala sesuatu yang diperbolehkan, termasuk kategori sunnah, makruh, dan mubah. Makanan halal dalam Islam dibagi menjadi dua jenis, yang pertama yaitu halal berdasarkan zatnya (seperti daging yang diizinkan oleh syariat) dan yang kedua halal berdasarkan cara memperolehnya (misalnya, makanan yang tidak diperoleh melalui tindakan mencuri).

Umat Islam sangat memperhatikan konsumsi produk halal. Mengonsumsi produk halal memiliki banyak manfaat bagi tubuh, selain karena telah disebutkan dalam Al-Qur'an dan hadits. Mengonsumsi produk halal juga dapat membantu seorang muslim berperilaku dengan baik dalam kehidupan sehari-hari secara ruhiyah. Selain itu, dapat digunakan sebagai cara untuk beribadah kepada Allah dengan mengonsumsi makanan yang dianggap halal, dengan beberapa syarat berikut:

- Kebersihan dan kesucian makanan halal sangat penting, namun beberapa aspek yang sering diabaikan seringkali tidak diperhatikan, termasuk proses dalam pembuatan produk, kebersihan, kesucian, alat masak, serta tempat penyajiannya. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam hal ini. Pertama, makanan tidak boleh berasal dari hewan yang telah dilarang oleh agama atau yang proses penyembelihannya tidak sesuai dengan yang disyariatkan dalam Islam. Kedua, makanan tidak boleh mengandung bahan berbahaya, seperti minyak babi, bangkai, narkoba, serta bumbu yang harus terhindar dari zat berbahaya. Ketiga, dalam proses pembuatan, penyimpanan, atau pengolahan, makanan tidak boleh bercampur dengan sesuatu yang haram.
- Makanan seharusnya tidak merusak kesehatan fisik dan mental. Makanan halal pada dasarnya dianggap baik, namun definisi "baik" disini bersifat subjektif dan bisa berbeda bagi setiap individu. Oleh karena itu, penting bagi setiap individu untuk bijak dalam memilih makanan yang sesuai untuk mendukung kesehatan fisik dan mental mereka. Meskipun pada dasarnya makanan tersebut halal, namun jika untuk dikonsumsi berdampak buruk bagi kesehatan, maka tidak diperbolehkan untuk dikonsumsi secara berlebihan. Firman Allah Swt. dalam QS. Al-Baqarah ayat 195

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

- Artinya: "Berinfaklah di jalan Allah, janganlah jerumuskan dirimu ke dalam kebinasaan, dan berbuatbaiklah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik."

Ayat ini menegaskan supaya umat Islam tidak menjerumuskan diri ke dalam kebinasaan serta selalu berbuat kebaikan. Ayat ini juga menjadi pengingat agar setiap individu menghindari Tindakan yang dapat merugikan dirinya sendiri, termasuk dalam hal mengonsumsi makanan yang membahayakan kesehatan.

- Tidak mengandung syubhat. Syubhat akan muncul ketika ada keraguan atau campuran antara sesuatu yang halal dan haram, sehingga sulit untuk dibedakan. Keraguan dapat timbul karena ketidakjelasan alasan di balik kehalalan atau keharaman suatu makanan.

Sementara itu, percampuran terjadi jika makanan halal tercampur dengan unsur haram, menjadikannya samar dan meragukan. Sikap terbaik untuk menghindari makanan syubhat adalah dengan bersikap hati-hati.

Dalam Mu'jam Mufradat li Alfadhil Qur'an, menurut penjelasan Syaikh Ar-Raghib al-Isfahani *Thayyib* secara umum berarti sesuatu yang memberikan kenyamanan dan kenikmatan bagi indra dan jiwa.

Halalan *thayyiban* salah satunya disebutkan dalam QS. al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Di sisi lain, kata "thayyib" menggambarkan sesuatu yang lezat, baik, sehat, dan menyenangkan. Secara istilah, makanan *thayyib* merujuk pada makanan yang bersih, tidak kadaluarsa, bebas dari najis, serta tidak membahayakan kesehatan fisik maupun mental.

Konsep halalan *thayyiban* dalam Islam mengajarkan bahwa makanan yang kita konsumsi seharusnya tidak hanya memenuhi kriteria halal dari segi syariat, tetapi juga harus baik dan bermanfaat bagi kesehatan. Sebagai contoh, meskipun minuman manis itu halal untuk dikonsumsi, bagi penderita diabetes, minuman tersebut tidak dapat dianggap *thayyib* karena bisa membahayakan kesehatannya.

Produk yang dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam disebut sebagai produk halal. Namun, tidak semua produk yang dijual di masyarakat dapat dipastikan kehalalannya. Untuk menjamin itu, Undang-Undang Jaminan Produk Halal (JPH) yang ditetapkan pada 17 Oktober 2014 mewajibkan bahwa setiap produk yang masuk, didistribusikan, dan dijual di wilayah Indonesia wajib memiliki sertifikat halal. Berikut ini adalah kategori makanan yang dianggap halal dan *thayyib*:

- Halal secara zat, merujuk pada produk yang pada dasarnya halal untuk dikonsumsi, serta kehalalannya telah ditetapkan dalam al-Qur'an dan Hadits.
- Halal cara memperolehnya, berarti bahwa meskipun suatu produk halal, bisa menjadi haram apabila cara memperolehnya tidak sesuai dengan syariat, karena dapat merugikan orang lain dan hal itu sudah ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Hadits.
- Halal cara pengolahannya, yakni produk yang asalnya halal, namun statusnya menjadi haram jika proses pengolahannya tidak mengikuti syariat agama. Banyak sekali produk yang asalnya halal, tetapi karena pengolahannya yang tidak benar menyebabkan produk tersebut menjadi haram.

Konsep *thayyib* dalam konsumsi makanan juga memiliki beberapa syarat utama.

- Makanan harus mengandung gizi lengkap seperti protein, karbohidrat, lemak, vitamin,

mineral, dan air untuk mendukung pertumbuhan, perbaikan sel, serta energi tubuh.

- Makanan harus memiliki kalori yang cukup sebagai sumber tenaga dalam beraktivitas.
- Makanan sebaiknya mudah dicerna agar tidak membebani system pencernaan, di mana makanan hewani lebih mudah dicerna dibandingkan nabati.
- Makanan harus mengandung serat dalam jumlah cukup untuk mendukung pencernaan dan metabolisme.
- Makanan harus memiliki kadar air yang cukup agar system pencernaan bekerja optimal dan kebutuhan cairan tubuh terpenuhi.

Adapun jenis-jenis makanan yang diperbolehkan adalah sebagai berikut:

- Segala jenis makanan yang tidak mengandung zat yang kotor atau menjijikkan.
- Seluruh makanan yang tidak menimbulkan mudarat untuk kesehatan fisik, moral, dan akal.
- Semua jenis makanan yang tidak disebutkan dalam al-Qur'an dan hadits sebagai makanan haram.

Dari beberapa poin yang sudah dijelaskan, dapat kita simpulkan bahwa tidak semua makanan yang halal dikategorikan *thayyib* secara otomatis, dan sebaliknya, karena ini bergantung pada kondisi individu dan manfaatnya bagi tubuh.

Makanan yang haram dapat dibedakan menjadi dua kategori, yaitu:

- Haram *Lidzatihi*, atau makanan yang diharamkan karena sifatnya. Ini adalah jenis makanan yang secara asal telah ditentukan haram dalam Al-Qur'an dan hadits. Contoh dari makanan ini adalah daging babi, darah, serta hewan bertaring.

حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنزِيرِ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْفُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَامِ

Artinya: “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging hewan) yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang (sempat) kamu sembelih. (Diharamkan pula) apa yang disembelih untuk berhala. (Demikian pula) mengundi nasib dengan *azlām* (anak panah), (karena) itu suatu perbuatan fasik. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu.”

Menurut al-Maraghy, daging babi diharamkan karena sifatnya yang kotor dan berpotensi membahayakan kesehatan. Babi cenderung mengonsumsi sesuatu yang kotor, yang dapat mengakibatkan infeksi cacing pita dan berbagai jenis cacing lainnya. Selain itu, para ahli kedokteran modern juga menyebutkan bahwa daging babi sulit

dicerna karena kandungan lemaknya yang tinggi, sehingga hal ini bisa menghambat proses pencernaan dan menyebabkan kelelahan bagi tubuh yang mengonsumsinya.

- Haram Lighairihi, atau makanan yang dilarang karena faktor eksternal. Ini adalah jenis makanan yang pada dasarnya diperbolehkan, namun menjadi haram akibat pengaruh dari faktor lain. Misalnya, makanan yang diperoleh dari penipuan, mencuri, hasil riba, atau hewan yang disembelih tanpa menyebut nama Allah. Ibnu Katsir menegaskan bahwa hewan yang disembelih tanpa menyebut nama Allah Swt. adalah haram untuk dikonsumsi. Menurut hukum Allah Swt. setiap penyembelihan harus dilakukan dengan menyebut nama-Nya. Oleh karena itu, jika seseorang melakukan penyembelihan dengan menyebut nama selain Allah Swt, seperti untuk berhala atau makhluk hidup lainnya, maka hukumnya jelas adalah haram.

Pelanggaran Etika Bisnis Islam dalam Transparansi Produk pada PT. Ajinomoto Indonesia

PT. Ajinomoto merupakan perusahaan multinasional asal Jepang yang beroperasi pada sektor industri makanan. Kikunae Ikeda, seorang profesor kimia dari Universitas Tokyo, mendirikan perusahaan ini pada tahun 1909 setelah menemukan monosodium glutamat (MSG) sebagai bahan penambah rasa untuk makanan. Sejak saat itu, Ajinomoto telah tumbuh menjadi salah satu produsen makanan terkemuka di dunia, dengan kantor cabang di lebih dari 130 negara.

PT. Ajinomoto menjual beragam produk, mulai dari bumbu masak, mie instan, produk susu, hingga makanan bayi, dan suplemen makanan. Selain itu, perusahaan ini juga mengembangkan jangkauannya di bidang farmasi, bahan kimia industri, dan bioteknologi. Ajinomoto dikenal sebagai pencipta teknologi fermentasi serta produk berbasis asam amino. PT. Ajinomoto memiliki kantor pusat di Tokyo, Jepang, tetapi beroperasi di seluruh dunia melalui kantor regional.

Menurut Ariwibowo & Tempo.com, di Indonesia, PT. Ajinomoto Indonesia merupakan pelopor bumbu masakan penyedap rasa atau MSG pertama di Indonesia. Selama prosesnya, perusahaan Ajinomoto telah berkembang menjadi sangat besar dan kompleks dalam industri makanan. Namun, seiring perkembangannya perusahaan ini menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam mempertahankan standar etika bisnis yang tinggi di seluruh rantai nilai operasinya.

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi Brand produk PT. Ajinomoto Indonesia adalah isu ketidaktransparan produk terkait kehalalan dan keamanan kandungan bahan yang digunakan seperti produk MSG yang diproduksinya. Dalam Islam, prinsip kejujuran (shidiq)

dan transparansi (bayan) sangat ditekankan dalam praktik bisnis, terutama dalam memastikan bahwa produk yang dijual jelas asal usulnya dan aman dikonsumsi. Namun, pada tahun 2001, produk Ajinomoto di Indonesia mengalami isu besar terkait kandungan lemak babi pada vetsin bermerk Ajinomoto. Produk bumbu masak Ajinomoto yang dinyatakan tidak halal, ditarik di pasaran sebanyak 3500 ton, menyebabkan kerugian hingga 55 miliar rupiah. Meskipun akhirnya perusahaan Ajinomoto kembali mendapatkan sertifikat halal, namun adanya isu ini tetap menimbulkan keraguan di kalangan masyarakat, terutama bagi kaum Muslim. Ketidaktransparan dalam penyampaian informasi mengenai bahan baku yang digunakan merupakan pelanggaran terhadap prinsip amanah dan kejujuran dalam bisnis Islam.

Selain itu, Ajinomoto juga menghadapi tuduhan terkait penggunaan bahan tambahan pangan yang dilarang di beberapa negara. Pada tahun 2013, PT. Ajinomoto Indonesia didakwa karena diduga menggunakan formalin, bahan pengawet berbahaya, dalam produk MSG-nya. Formalin adalah senyawa kimia yang tidak boleh digunakan sebagai tambahan karena dapat membahayakan kesehatan. Ini merupakan salah satu masalah etis Ajinomoto. Dalam Islam, bisnis harus dilakukan dengan prinsip *thayyib* (baik dan sehat), dan penggunaan bahan berbahaya merupakan bentuk *gharar* (kecurangan) yang melanggar etika bisnis Islam. Studi menunjukkan bahwa Ajinomoto Indonesia benar menggunakan formalin untuk memperpanjang masa simpan produk MSG, meskipun tindakan tersebut bertentangan dengan standar pangan yang berlaku. Jika benar terbukti, maka tindakan ini termasuk dalam praktik bisnis yang dilarang karena membahayakan konsumen.

Lebih lanjut, menurut Tiara food & halodoc bubuk MSG yang diproduksi PT. Ajinomoto Indonesia, yang sering disebut sebagai vetsin Ajinomoto dan bumbu penyedap rasa Masako, sering dikaitkan dengan berbagai masalah kesehatan. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa konsumsi MSG dalam jangka panjang memiliki kemampuan untuk merusak jaringan otak, menyebabkan kebobrohan pada anak-anak dan kanker pada akhirnya. Klaim pemasaran yang tidak sesuai dengan kenyataan serta kurangnya kejelasan informasi mengenai kandungan produk dapat menyesatkan konsumen. Dalam Islam, praktik ini termasuk dalam bentuk *tadlis* (penipuan dalam jual beli), yang dapat merusak kepercayaan masyarakat, terutama kaum Muslim yang sangat memperhatikan kehalalan dan keamanan suatu produk.

Setelah menghadapi berbagai tuduhan, PT. Ajinomoto mencoba membangun kembali citranya dengan mengadakan kegiatan edukasi bagi media dan masyarakat terkait Persatuan Pabrik Monosodium Glutamat Indonesia (P2MI). Kegiatan tersebut dilaksanakan pada

tanggal 25 Juni 2019 dan disampaikan melalui news release PT. Ajinomoto di situs resmi Ajinomoto.co.id. Adapun inti dari kegiatan tersebut menunjukkan wujud bantahan dari perusahaan Ajinomoto terhadap publikasi media yang mempublikasikan isu MSG secara tidak seimbang, terutama soal efek negatifnya yang dianggap akan dirasakan oleh tubuh manusia jika MSG digunakan dalam masakan sehari-hari. Banyak media yang menghadiri acara itu. Pembicara dalam seminar tersebut adalah Hardiansyah yang merupakan pakar GIZI IPB. Namun, dalam perspektif etika bisnis Islam, transparansi harus dilakukan sejak awal, bukan hanya sebagai bentuk klarifikasi setelah adanya isu. Prinsip amanah dan kejujuran menuntut perusahaan untuk sejak awal memberikan informasi yang jelas dan tidak menyesatkan pelanggan terutama dari segi kehalalan dan keamanan produk yang mereka pasarkan.

Pada bulan Juni 1999, PT. Ajinomoto Indonesia melakukan penggantian bahan pembuatan Monosodium Glutamate (MSG) dengan beralih dari polypeptone ke bacto soytone (porcine) yang diduga mengandung enzim babi. Lalu pada tanggal 16 Desember 2000 terbitlah Fatwa MUI yang memutuskan bahwa penggunaan bacto soytone dalam produksi MSG oleh PT. Ajinomoto yang adalah haram (non halal). Selang beberapa hari, tepatnya pada tanggal 24 Desember 2000, beredar dalam media massa tentang pengumuman MUI mengenai kandungan babi dalam produk Ajinomoto. Masyarakat diimbau untuk tidak mengonsumsi produk Ajinomoto yang diproduksi pada periode 13 Oktober-16 November 2000. Sebagai respon terhadap pengumuman MUI, pemerintah mengadakan pertemuan yang melibatkan berbagai pihak, termasuk Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Deperindag), Departemen Agama (Depag), MUI, Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMI), Direktur Jendral Pangan Obat-Obatan dan Makanan (Dirjen POM) serta Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang dilaksanakan pada tanggal 2 dan 5 Januari 2001. Pertemuan ini menghasilkan keputusan bahwa PT. Ajinomoto harus menarik semua produknya dari pasaran dalam negeri dalam waktu tiga minggu, terhitung dari tanggal 3 Januari 2001. Akibatnya PT. Ajinomoto mengalami kerugian total 55 miliar rupiah dan penarikan produknya di pasaran mencapai 3500 ton.

Laporan FASEB tertanggal 31 Juli 1995, menyimpulkan bahwa meskipun MSG secara umum aman untuk dikonsumsi, namun dua kelompok tertentu dapat mengalami reaksi yang merugikan. Kelompok pertama terdiri dari individu yang sensitif terhadap MSG dan mungkin melaporkan gejala seperti sensasi terbakar di leher, lengan, dan dada, disertai kekakuan otot yang dapat menyebar ke punggung. Gejala tambahan termasuk rasa panas dan kaku di wajah, nyeri dada, sakit kepala, mual, jantung berdebar, dan kadang-kadang

muntah. Gejala-gejala ini lebih dikenal sebagai Sindrom Kompleks MSG Kelompok kedua adalah individu dengan asma, yang mungkin mengalami peningkatan serangan setelah konsumsi MSG. Namun, tidak ditemukan adanya hubungan antara konsumsi MSG dan gangguan neurologis seperti penyakit Alzheimer atau korea Huntington.

Dengan demikian, konsumsi MSG yang berlebihan, dapat menyebabkan rangsangan berlebihan pada sistem saraf, yang pada dapat menyebabkan kerusakan pada sistem saraf manusia.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah pembahasan mengenai Pelanggaran Etika Bisnis Islam dalam Transparansi Produk PT Ajinomoto Indonesia penulis dapat menyimpulkan bahwa Etika bisnis Islam merupakan sekumpulan prinsip moral yang bersumber dari ajaran Islam, yakni Al-Qur'an, sunnah, *ijma*, dan *qiyas*, yang mengarahkan pelaku usaha. Etika bisnis Islam memegang peranan yang sangat penting dalam menjaga integritas dan tanggung jawab pelaku usaha, termasuk dalam aspek transparansi produk. Prinsip-prinsip utama seperti kejujuran (*shidiq*), tanggung jawab (*amanah*), dan transparansi (*bayan*) menjadi landasan dalam menjalankan bisnis yang adil serta memberikan manfaat bagi masyarakat. Dalam Islam, bisnis tidak hanya bertujuan untuk mencari keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan kesejahteraan konsumen dan kepatuhan terhadap syariat, termasuk dalam hal kehalalan dan keamanan produk.

Kasus pelanggaran etika bisnis yang terjadi pada PT. Ajinomoto Indonesia menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara teori dan praktik transparansi dalam industri makanan. Isu terkait penggunaan bahan yang tidak halal dan kurangnya keterbukaan dalam pengelolaan informasi produk mengindikasikan pelanggaran terhadap prinsip etika bisnis Islam. Meskipun perusahaan telah berupaya mengklarifikasi dan membangun kembali kepercayaan publik, transparansi seharusnya diterapkan sejak awal, bukan hanya sebagai reaksi terhadap krisis.

Penerapan prinsip *halalan thayyiban* dalam bisnis makanan menjadi sangat penting, mengingat produk yang dikonsumsi tidak hanya harus halal secara syariat, tetapi juga harus aman, sehat, dan bermanfaat bagi konsumen. Oleh karena itu, kepatuhan terhadap regulasi seperti Undang-Undang Jaminan Produk Halal (JPH) menjadi krusial dalam menjamin standar kehalalan dan keamanan produk yang beredar di masyarakat.

Dengan adanya kasus ini, dapat disimpulkan bahwa transparansi dalam bisnis bukan hanya sebatas kewajiban moral, tetapi juga menjadi faktor utama dalam menjaga

keberlanjutan bisnis, khususnya di pasar yang mayoritas konsumennya beragama Islam. Pelaku usaha harus berkomitmen untuk menerapkan etika bisnis Islam secara konsisten dalam setiap aspek operasionalnya guna membangun kepercayaan, meningkatkan akuntabilitas, serta menciptakan lingkungan bisnis yang lebih bertanggung jawab dan berorientasi pada kesejahteraan bersama.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, F. (2024). Konsep halal dan thayyib dalam produksi dan konsumsi: Kajian sistem ekonomi Islam. *Journal of Economics Business Ethic and Science of History*, 2(4), 77–87.
- Aini, F. N. (2024). *Analisis keadilan dan transparansi perspektif Imam Al-Ghazali terhadap penaksiran harga jasa servis handphone pada konter El-Bass Kecamatan Kasreman Kabupaten Ngawi* [Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo].
- Arwani, & Priyadi. (2024). Eksplorasi peran teknologi blockchain dalam meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam keuangan Islam: Tinjauan sistematis. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 2(4).
- Basri, H., Heliwasnimar, dkk. (2024). Etika dan moral dalam ilmu pengetahuan. *Indonesian Research Journal on Education*, 4(1), 343–351.
- Fitriani, & Pravitasari. (2022). Pengaruh transparansi laporan keuangan, akuntabilitas, dan tanggung jawab pemerintah desa terhadap partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa di Bandung Tulungagung. *Sharia Finance and Accounting Journal*, 2(1).
- Hardiansyah, & Adirestuty. (2022). Islamic business ethics: The key to success in family business (case study at Green Hotel Ciamis). *Review of Islamic Economics and Finance*, 4(2).
- Harmen, H., Hilma, dkk. (2025). Analisis pelanggaran etika produksi dan pemasaran pada PT. Ajinomoto: Strategi penerapan prinsip-prinsip etika bisnis. *Jurnal Bina Manajemen*, 13(2), 52.
- Hasanah, F., Fauziah, dkk. (2020). Konsep makanan halal dan thayyib dalam perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 10(10).
- Marlina, & Susanto. (2024). *Etika bisnis Islam*. Unsil Library Publisher.
- Matthew, & Stefan. (2024). Transparansi dan kejujuran terhadap pengiklanan online. *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1(3), 4569.
- Muzakki, F. (2021). *Konsep makanan halal dan thayyib terhadap kesehatan dalam Al-Qur'an (Analisis kajian tafsir tematik)* [Skripsi, Fakultas Ushuluddin, Institut Perguruan Tinggi Ilmu Al-Qur'an].
- Nashirun. (2020). Makanan halal dan haram dalam perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Kajian Manajemen Halal dan Pariwisata Syariah*, 3(2), 4.

- Nurmadiansyah, M. (2021). *Etika bisnis Islam: Konsep dan praktek*. CV Cakrawala Media Pustaka.
- Sari, P., Previdayana, dkk. (2024). Implementasi prinsip transparansi dalam kaidah Islam. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis (JEBS)*, 2(3), 911–915.
- Saupi, A. (2022). Konsepsi halal dalam bernegara. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 2(2), 91–96.
- Sholihin, R. (2024). Konsep halal dan haram (perspektif hukum dan pendidikan). *Journal of Islamic and Law Studies*, 8(1), 4.
- Syam, P., Permata, dkk. (2024). Reevaluating the legal status of monosodium glutamate consumption: The Indonesian Ulema Council's fatwas and Maqāṣid al-Sharī'ah. *Jurnal Kajian Hukum Islam*, 18(8), 289–302.
- Tsani, S., Susilo, dkk. (2021). Halal and thayyib food in Islamic sharia perspective (Makanan halal dan thayyib dalam perspektif syariat Islam). *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 1(1).
- Usman, A. (2024). *Konsep etika bisnis Islam menurut Muhammad Djakfar* [Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare].
- Waluya, & Mulauddin. (2020). Auntansi: Akuntabilitas dan transparansi dalam QS. Al-Baqarah (2): 282–284. *Jurnal Online Universitas Islam Negeri Sultan Maulana*, 12(2), 21.