

BAB I

PENDAHULUAN

A. Kontek Penelitian

Islam merupakan agama yang sempurna dan menyeluruh. Agama ini telah mengatur segala aspek kehidupan manusia, mulai dari urusan makanan yang kita konsumsi hingga berbagai transaksi perdagangan dalam kehidupan sehari-hari. Allah SWT memberikan perintah khusus kepada seluruh umat islam agar konsisten mengonsumsi makanan yang halal lagi *thayyib* (baik dan berkualitas). Perintah ini tertuang dalam Al-Quran, Surah Al-Baqarah ayat 168, yang berbunyi:

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

عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

*“Wahai manusia! Makanlah makanan yang halal dan baik yang telah Allah provided di bumi ini, dan janganlah sekali-kali kamu mengikuti jejak-jejak setan. Ketahuilah bahwa setan itu merupakan musuh yang nyata bagimu.”*¹

Perintah ini bukan hanya untuk anjuran moral, melainkan kewajiban *syar'i* yang mengikat setiap muslim dalam menjalankan aktivitas ekonominya. Konsep kehalalan dalam Islam mencakup dua dimensi fundamental, yaitu kehalalan *dzat* (substansi bahan)

¹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), Surah Al-Baqarah [2]: 168.

dan kehalalan proses (cara memperoleh dan mengolah).² Kedua dimensi ini menjadi fondasi bagi setiap transaksi ekonomi dalam perspektif fiqih muamalah.

Dalam fiqih muamalah, praktik jual beli merupakan salah satu bentuk interaksi ekonomi yang paling mendasar dan telah diatur secara komprehensif dalam syariat Islam. Jual beli (*al-bay'*) di artikan sebagai pertukaran harta dengan harta atau pertukaran barang dengan barang yang dibolehkan, antara penjual dan pembeli dengan tujuan mendapatkan keuntungan.³ Untuk sahnya suatu transaksi jual beli, terdapat rukun dan syarat yang harus dipenuhi, di antaranya adalah keberadaan penjual dan pembeli yang cakap hukum, objek yang diperjualbelikan harus jelas dan halal, serta adanya ijab qabul yang menunjukkan kesepakatan.⁴ Salah satu syarat terpenting yang sering terabaikan dalam praktik modern adalah keharusan bahwa objek jual beli haruslah halal dan suci. Imam Taqiyuddin menegaskan bahwa jual beli hanya sah apabila dilakukan dengan cara yang sesuai *syara'*, termasuk di dalamnya kehalalan barang yang diperdagangkan.⁵ Prinsip ini menjadi landasan normatif yang tidak dapat ditawar dalam setiap transaksi ekonomi Islam.

² M. Ali, "Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah Dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal", *Ahkam: Jurnal Ilmu Syariah*, Vol. XVI, No. 2, Juli 2016, hlm. 295.

³ Abdul Rahman Ghazaly, Ghufroon Ihsan, dan Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2020), hlm. 67-68.

⁴ Andi Intan Cahyani, *Fiqh Muamalah*, (Makassar: Alauddin University Press, 2020), hlm. 51-52.

⁵ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2021), hlm. 101-102.

Seiring berkembangnya industri pangan dan minuman yang semakin maju dan berlapis, kesadaran masyarakat terhadap pentingnya jaminan kehalalan produk juga semakin meningkat secara signifikan. Kompleksitas bahan tambahan, proses produksi modern, hingga panjangnya rantai distribusi sering kali membuat konsumen Muslim berada dalam posisi yang penuh kehati-hatian dalam memilih produk konsumsi. Dalam kondisi seperti ini, sertifikasi halal tidak lagi sekadar formalitas, melainkan menjadi kebutuhan mendasar yang memberikan rasa aman, kepastian, dan ketenangan dalam setiap pilihan konsumsi umat Muslim.⁶

Menjawab tantangan tersebut, Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia telah menunjukkan komitmen kuat melalui lahirnya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Regulasi ini hadir sebagai bentuk perlindungan negara untuk memastikan bahwa setiap produk yang beredar memberikan jaminan kenyamanan, keamanan, keselamatan, serta kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat luas.⁷

Dalam ketentuannya, undang-undang tersebut menegaskan bahwa seluruh produk yang masuk, diperdagangkan, dan beredar di wilayah Indonesia wajib memiliki sertifikat halal, kecuali produk

⁶ Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*, Pasal 3.

⁷ Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*, Pasal 1 ayat (2).

yang secara tegas dinyatakan tidak halal berdasarkan ketentuan hukum.⁸ Ruang lingkup aturan ini mencakup berbagai sektor, mulai dari makanan dan minuman, obat-obatan, kosmetik, produk kimia, biologi, hasil rekayasa genetika, hingga barang gunaan yang digunakan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.⁹

Pelaksanaan sistem jaminan halal di Indonesia sendiri melibatkan dua institusi utama yang saling bersinergi, yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di bawah Kementerian Agama yang berperan dalam penerbitan sertifikat halal, serta Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang memiliki kewenangan dalam menetapkan status kehalalan melalui mekanisme fatwa halal. Sertifikasi halal pada dasarnya merupakan bentuk pengakuan resmi atas kehalalan suatu produk yang diterbitkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis dari MUI. Mekanisme yang terintegrasi ini dirancang secara sistematis untuk memberikan jaminan yang kuat, kredibel, dan menyeluruh kepada konsumen bahwa produk yang beredar telah melewati proses pemeriksaan dan verifikasi kehalalan yang ketat, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Implementasi regulasi sertifikasi halal pada level nasional kemudian dihadapkan pada realitas kompleks di tingkat praktis,

⁸ Hayyun Durrotul Faridah, "Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan dan Implementasi", *Journal of Halal Product and Research*, Vol. 2, No. 2, November 2019, hlm. 72.

⁹ Yudisia, "Pengaruh Kesadaran Halal, Peran Sertifikasi Halal, dan Citra Merek terhadap Minat Beli pada Kosmetik Halal", *Yudisia: Jurnal Pemikiran Hukum dan Hukum Islam*, Vol. 11, No. 2, Desember 2020, hlm. 238.

khususnya pada sektor usaha mikro dan kecil. Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMK memiliki peran yang penting dalam perekonomian suatu negara sebagai tulang punggung ekonomi lokal, menyediakan lapangan pekerjaan, serta mendukung distribusi pendapatan secara merata.¹⁰ Namun demikian, karakteristik usaha mikro yang umumnya memiliki keterbatasan modal, minimnya pemahaman tentang regulasi, dan kompleksitas birokrasi menjadi hambatan signifikan dalam implementasi kewajiban sertifikasi halal. Kurangnya informasi yang diperoleh masyarakat menjadikan hambatan dalam mengetahui proses pelaksanaan sertifikasi halal, sehingga berdampak pada minimnya pelaku usaha yang memanfaatkan program sertifikasi.¹¹ Kondisi ini menciptakan gap antara norma hukum yang ideal dengan praktik di lapangan, yang berpotensi merugikan baik pelaku usaha maupun konsumen.

Dalam konteks geografis yang lebih spesifik, pusat oleh-oleh yang beroperasi di area transportasi publik seperti stasiun kereta api memiliki karakteristik unik yang menjadikannya objek kajian yang strategis. Stasiun sebagai simpul transportasi menghubungkan berbagai daerah dan menjadi titik pertemuan

¹⁰ O. V. Kristin, dkk., “Analisis Dampak Sertifikasi Labelisasi Halal terhadap Perkembangan UMKM di Bangkalan”, *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 9, No. 3, 2024, hlm. 795.

¹¹ Riza Multazam Luthfy dan Shofiyah Azis, “Analisis Pelaksanaan Sertifikasi Halal Self Declare dalam Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal”, *JIMSYA: Jurnal Ilmu Syariah*, Vol. 3, No. 1, Juni 2024, hlm. 45.

masyarakat dari beragam latar belakang. Pusat oleh-oleh di area stasiun umumnya menjual berbagai produk makanan dan minuman khas lokal yang ditujukan sebagai buah tangan bagi penumpang dan wisatawan. Tingginya mobilitas konsumen, keberagaman produk yang dijual, dan skala usaha yang umumnya mikro menjadikan pusat oleh-oleh di stasiun sebagai representasi sempurna dari tantangan implementasi regulasi halal pada usaha kecil yang melayani pasar heterogen. Target konsumen yang beragam, mulai dari masyarakat lokal hingga wisatawan dari berbagai daerah dan negara, menuntut adanya standar kehalalan yang jelas dan terverifikasi untuk memberikan kepastian hukum bagi konsumen muslim.

Stasiun Tulungagung sebagai salah satu stasiun kereta api di Jawa Timur yang menghubungkan berbagai kota besar seperti Surabaya, Malang, dan Blitar, memiliki tingkat aktivitas yang cukup tinggi. Di area stasiun ini beroperasi sejumlah pusat oleh-oleh yang menjual berbagai produk makanan dan minuman khas Tulungagung dan sekitarnya. Pengamatan awal terhadap praktik penjualan di Pusat Oleh-Oleh Stasiun Tulungagung menunjukkan fenomena yang menarik untuk dikaji secara mendalam. Sebagian besar produk yang diperdagangkan belum mencantumkan label sertifikasi halal secara jelas pada kemasannya, bahkan terdapat produk yang sama sekali tidak memiliki sertifikat halal dari

lembaga yang berwenang. Kondisi ini menimbulkan ketidakpastian dan keraguan bagi konsumen muslim mengenai status kehalalan produk yang mereka beli. Padahal, keberadaan label halal pada produk bukan hanya memenuhi kewajiban hukum positif, tetapi juga merupakan implementasi prinsip transparansi dan kejujuran dalam muamalah yang diajarkan Islam.

Problematika sertifikasi halal di pusat oleh-oleh Stasiun Tulungagung mencerminkan kompleksitas implementasi regulasi pada usaha mikro. Peralihan peranan MUI dengan BPJPH dalam menyelenggarakan jaminan produk halal ternyata masih belum diketahui sepenuhnya oleh masyarakat, sehingga sering terjadi kesalahpahaman dalam memahami proses pelaksanaan sertifikasi halal.¹² Para pelaku usaha pusat oleh-oleh umumnya memiliki pemahaman yang minim tentang pentingnya sertifikasi halal, prosedur yang harus dilalui, dan konsekuensi hukum dari penjualan produk tanpa sertifikat halal. Keterbatasan modal menjadi alasan klasik yang sering dikemukakan pelaku usaha untuk tidak mengurus sertifikasi halal, meskipun pemerintah telah menyediakan berbagai kemudahan dan bahkan pembiayaan gratis bagi usaha mikro dalam program *self-declare*.¹³ Di sisi lain, minimnya sosialisasi dan edukasi dari pihak terkait serta ketiadaan mekanisme pengawasan yang efektif di tingkat lapangan

¹² *Ibid.*, hlm. 46.

¹³ Kementerian Agama Republik Indonesia, “Ini Syarat Daftar Sertifikasi Halal Gratis Kategori Self Declare”, <https://kemenag.go.id>, diakses 20 November 2024.

memperparah situasi ini.

Dari perspektif konsumen, kondisi ini jelas merugikan dan melanggar hak mereka untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang dikonsumsi. Kesadaran halal konsumen meningkat ketika terdapat pemahaman yang baik tentang pentingnya sertifikasi halal, yang pada gilirannya mempengaruhi minat beli mereka.¹⁴ Konsumen muslim memiliki hak untuk mendapatkan produk yang dijamin kehalalannya, baik dari aspek substansi maupun proses. Namun, ketika produk yang dijual tidak memiliki sertifikat halal atau bahkan tidak mencantumkan informasi kehalalan sama sekali, maka hak konsumen tersebut terabaikan. Dalam konteks hukum Islam, hal ini juga berimplikasi pada keabsahan transaksi jual beli itu sendiri, karena salah satu syarat sahnya jual beli adalah objek yang diperjualbelikan harus jelas status kehalalannya dan tidak mengandung unsur gharar (ketidakpastian).

Menariknya, ketika regulasi hukum positif berupa UU No. 33 Tahun 2014 dihadapkan pada prinsip-prinsip fiqh muamalah, terdapat titik temu yang sangat kuat namun juga nuansa perbedaan dalam pendekatannya. Hukum positif menekankan aspek administratif-yuridis dengan sanksi yang tegas bagi pelanggar, sementara fiqh muamalah lebih menekankan pada aspek moral-

¹⁴ Safira Nur Shabrina, dkk., "Pengaruh Kesadaran Halal, Persepsi Labelisasi Halal dan Religiusitas terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Halal", *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, Vol. 2, No. 9, September 2024, hlm. 392.

religius dan tanggung jawab ukhrawi pelaku usaha. Kombinasi antara nilai keagamaan dan regulasi hukum menjadikan sertifikasi halal tidak hanya sebagai kewajiban formal, tetapi juga sebagai bentuk ketaatan kepada Allah.¹⁵ Harmonisasi kedua perspektif ini menjadi penting untuk menghasilkan model implementasi yang tidak hanya efektif secara hukum, tetapi juga dapat diterima secara sosial-religius oleh masyarakat muslim Indonesia.

Kajian tentang praktik penjualan produk di pusat oleh-oleh dari perspektif dual ini menjadi relevan mengingat Indonesia adalah negara yang berdasarkan Pancasila dengan sila pertama “Ketuhanan Yang Maha Esa”, namun di sisi lain juga negara hukum yang menjunjung tinggi supremasi hukum positif. Penelitian ini berupaya menjembatani dua sistem hukum tersebut dalam konteks implementasi sertifikasi halal pada usaha mikro. Dengan menggunakan metode deduktif yang berangkat dari prinsip-prinsip universal syariat Islam dan regulasi nasional, kemudian menurun ke konteks spesifik pusat oleh-oleh di Stasiun Tulungagung, diharapkan dapat dirumuskan model implementasi yang ideal. Model ini tidak hanya mempertimbangkan aspek kepatuhan hukum formal, tetapi juga dimensi pemberdayaan ekonomi usaha mikro dan perlindungan hak konsumen muslim secara berimbang.

¹⁵ M. Fitri, dkk., “Kewajiban Pelaku Usaha Pasca Memperoleh Sertifikat Halal”, *Islamic Business and Finance (IBF)*, Vol. 5, No. 1, 2024, hlm. 48.

Urgensi penelitian ini semakin menguat ketika mempertimbangkan bahwa implementasi regulasi sertifikasi halal akan berdampak luas pada ekosistem ekonomi halal Indonesia. Sertifikasi halal di pasar yang semakin kompetitif dapat meningkatkan daya saing UMKM, namun juga membawa konsekuensi hukum berupa sanksi administratif hingga denda yang dapat membebani pelaku usaha.¹⁶ Penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi praktis yang menjembatani kepentingan tiga pihak utama: pemerintah yang berkewajiban menegakkan hukum, pelaku usaha yang harus *survive* secara ekonomi, dan konsumen yang berhak mendapatkan produk halal yang terjamin. Lebih jauh, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi akademis bagi pengembangan teori harmonisasi hukum Islam dan hukum positif dalam konteks ekonomi syariah, sekaligus memberikan masukan kebijakan yang aplikatif bagi pemangku kepentingan dalam mewujudkan ekosistem perdagangan produk halal yang lebih baik di Indonesia.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada Praktik Penjualan Produk di Pusat Oleh-Oleh Stasiun Tulungagung Perspektif Fiqih Muamalah Dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. Atau menganalisis bagaimana praktik penjualan

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 49.

produk di pusat oleh-oleh Stasiun Tulungagung ditinjau dari dua perspektif hukum terkait kewajiban sertifikasi halal.

Dari fokus tersebut, maka rumusan pertanyaan penelitian yang diajukan sebagai berikut:

1. Bagaimana Mekanisme Penjualan Produk Di Pusat Oleh-Oleh Stasiun Tulungagung?
2. Bagaimana Praktik Penjualan Produk Di Pusat Oleh-Oleh Stasiun Tulungagung Ditinjau Dari Prinsip-Prinsip Fiqih Muamalah?
3. Bagaimana Praktik Penjualan Produk Di Pusat Oleh-Oleh Stasiun Tulungagung Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Mekanisme Penjualan Produk Di Pusat Oleh-Oleh Stasiun Tulungagung
2. Untuk Mengetahui Praktik Penjualan Produk Di Pusat Oleh-Oleh Stasiun Tulungagung Ditinjau Dari Prinsip-Prinsip Fiqih Muamalah, Khususnya Terkait Kehalalan Dan Keabsahan Transaksi
3. Untuk Mengetahui Praktik Penjualan Produk Di Pusat Oleh-Oleh Stasiun Tulungagung Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan menambah referensi untuk peneliti berikutnya terkhusus kepada peneliti hukum mengenai Praktik Penjualan Produk Di Pusat Oleh-Oleh Stasiun Tulungagung Perspektif Fiqih Muamalah Dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. Selain hal itu, penulis juga berharap dapat menambah pengetahuan, pemahaman, dan wawasan kepada pembaca khalayak umum khususnya pada hukum sertifikasi halal. penelitian ini memberikan kontribusi pada integrasi antara hukum Islam dan hukum nasional, sehingga dapat memperluas wacana akademik tentang sinkronisasi kedua sistem hukum tersebut. Selain itu, hasil penelitian ini juga menjadi landasan teoritis yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya dalam bidang serupa, baik mengenai sertifikasi halal, perlindungan konsumen, maupun praktik jual beli dalam perspektif hukum Islam dan hukum nasional.

2. Secara Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat, khususnya pelaku usaha dan konsumen. Bagi pelaku usaha, penelitian ini bisa menjadi masukan penting tentang pentingnya sertifikasi halal untuk menjaga kepercayaan konsumen. Bagi

konsumen, penelitian ini memberi pemahaman lebih baik tentang hak mereka untuk mendapatkan produk yang terjamin kehalalannya. Selain itu, bagi pemerintah atau lembaga terkait, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memperbaiki regulasi maupun sosialisasi tentang sertifikasi halal. Dengan begitu, aturan yang ada bisa lebih efektif diterapkan di lapangan.

E. Penegasan Istilah

1. Praktik penjualan

Praktik penjualan dapat dipahami sebagai rangkaian aktivitas bisnis yang dimulai dari proses penetapan harga, penyusunan strategi penawaran, hingga distribusi produk sampai ke tangan konsumen akhir. Lebih dari sekadar aktivitas transaksi, praktik ini mencerminkan cara pelaku usaha dalam membangun interaksi ekonomi dengan pembeli melalui kegiatan promosi, penyajian produk, pelabelan, dan proses akad jual beli.¹⁷ Dalam penelitian ini, praktik penjualan difokuskan pada seluruh aktivitas perdagangan produk makanan dan minuman yang dilakukan oleh pedagang di pusat oleh-oleh Stasiun Tulungagung, mulai dari cara produk ditawarkan, ditata, diberi informasi, hingga proses transaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli secara langsung.

¹⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, terjemahan. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2020), hlm. 458.

2. Produk

Produk merupakan segala bentuk barang maupun jasa yang dapat dikonsumsi atau dimanfaatkan oleh masyarakat, mencakup makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, bahan kimia, biologi, hasil rekayasa genetika, serta barang yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari.¹⁸ Dalam konteks penelitian ini, produk yang dimaksud dipersempit pada jenis makanan dan minuman yang diperjualbelikan di pusat oleh-oleh Stasiun Tulungagung, baik yang dikemas secara modern maupun tradisional, yang secara langsung ditujukan untuk konsumsi manusia dan menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari konsumen.

3. Pusat oleh-oleh

Pusat oleh-oleh merupakan bentuk usaha perdagangan yang menyediakan berbagai produk khas daerah untuk dibawa pulang oleh wisatawan maupun pembeli umum sebagai buah tangan. Tempat ini menjadi ruang ekonomi yang strategis karena menghubungkan produsen lokal dengan konsumen dari berbagai daerah.¹⁹ Dalam penelitian ini, pusat oleh-oleh yang dimaksud adalah toko yang berada tepat di area depan Stasiun Tulungagung yang menjual berbagai jenis makanan khas dan produk oleh-oleh sebagai representasi identitas daerah sekaligus pusat transaksi ekonomi masyarakat.

¹⁸ Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014*, Pasal 1 ayat (1)

¹⁹ Wikipedia, Pengertian Warung, pada <https://id.wikipedia.org/wiki/Warung>, diakses pada 18 Mei 2026

4. Fiqih Muamalah

Fiqih muamalah adalah cabang ilmu dalam hukum Islam yang mengatur berbagai bentuk interaksi dan transaksi antar manusia berdasarkan prinsip syariah, yang mencakup ketentuan halal-haram, wajib, sunah, makruh, dan mubah dalam aktivitas ekonomi.²⁰ Dalam penelitian ini, fiqih muamalah difokuskan sebagai landasan normatif yang mengatur praktik jual beli, khususnya terkait kehalalan objek transaksi, terpenuhinya rukun dan syarat jual beli, serta tanggung jawab pelaku usaha dalam memastikan bahwa setiap produk yang diperdagangkan benar-benar sesuai dengan prinsip syariat Islam.

5. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal merupakan regulasi yang memberikan kepastian hukum mengenai kehalalan suatu produk melalui mekanisme sertifikasi halal yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Undang-undang ini mengatur kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha, mekanisme penetapan status halal, serta perlindungan hukum bagi konsumen Muslim di Indonesia. Produk halal dalam ketentuan ini mencakup barang dan/atau jasa yang meliputi makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimia, biologi, rekayasa genetika, serta barang guna yang digunakan masyarakat, yang semuanya wajib

²⁰ Zaenal Abidin, Rosnawati, Siti Rahma, dkk, Fiqih Muamalah, (Jakarta: Zebags Qu Publish, 2022), hal. 3

melalui proses verifikasi halal secara resmi agar memberikan jaminan kepastian, keamanan, dan ketenangan bagi konsumen.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan sistematis tentang isi penelitian, maka penulisan skripsi ini disusun dalam enam bab yang saling berkaitan dan berkesinambungan. Serta dalam sistematika penulisan ini di bagi menjadi tiga bagian yang terdiri dari bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Adapun rencana penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal dalam skripsi meliputi sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, transliterasi, dan abstrak

2. Bagian Isi Skripsi

Pada bagian isi skripsi terdapat enam (6) bab yaitu, pendahuluan, kajian pustaka, metode penelitian, paparan hasil penelitian, pembahasan, penutup atau kesimpulan, yang secara terperinci diuraikan sebagai berikut:

BAB I : Dalam bab ini penulis akan menguraikan terkait dengan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika

penulisan skripsi. Pendahuluan akan berisi mengenai gambaran umum mengenai topik penelitian, yang kemudian dalam pendahuluan ini berisi batasan- batasan yang di rangkum dalam pertanyaan yang akan menjadi bahan analisis pembahasan bab selanjutnya, permasalahan akan di pecahkan lalu menjelaskan alasan pentingnya penelitian ini.

BAB II : Bab ini berisi Kajian Teori dan Penelitian Terdahulu dari penelitian ini. Kajian teori berisi Teori Fiqih Muamalah, Teori Jual Beli, Teori Etika Bisnis Islam, Tinjauan Hukum Positif: Undang- Undang Nomor 33 Tahun 2014

BAB III : Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, mencakup jenis dan pendekatan penelitian, peran peneliti, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, cara mengumpulkan data, teknik menganalisis data, pemeriksaan validitas data, dan tahapan-tahapan penelitian.

BAB IV : Bab ini menyajikan data hasil penelitian yang

disesuaikan dengan rumusan masalah penelitian beserta analisisnya. Data yang dipaparkan bersumber dari observasi lapangan dan wawancara mendalam, serta mencakup informasi pendukung lainnya yang telah dikumpulkan peneliti melalui serangkaian prosedur pengumpulan data yang sistematis.

BAB V : Bab ini merupakan inti dari penelitian yang berisi paparan hasil penelitian dan analisis mendalam terhadap data tersebut

1. Mekanisme penjualan produk di Pusat Oleh-Oleh Stasiun Tulungagung
2. Praktik penjualan produk di Pusat Oleh-Oleh Stasiun Tulungagung ditinjau dari prinsip-prinsip fiqih muamalah
3. Praktik penjualan produk di Pusat Oleh-Oleh Stasiun Tulungagung ditinjau dari Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

BAB VI : Bab ini merupakan bab penutup yang

berisi kesimpulan dari keseluruhan penelitian yang dibati melalui rumusan masalah dan saran-saran yang direkomendasikan yang sesuai dengan penulisan penelitian

3. Bagian Akhir Skripsi

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang menjawab rumusan masalah secara ringkas, jelas, dan sistematis berdasarkan analisis yang telah dilakukan serta Memberikan rekomendasi dan saran kepada berbagai pihak terkait.