DOI: 10.5281/zenodo.23884310

ISLAMOFOBIA EKONOMI DI PASAR GLOBAL: REKONSTRUKSI PEMAHAMAN PRODUK HALAL MELALUI PENDEKATAN *ASBĀBUL WURŪD*

Zahra Faiza Fardin
University of Darussalam Gontor
Email: Zahrafaizafardin10@gmail.com

Danisha Humaira
University of Darussalam Gontor
Email: danishairaa@gmail.com

Riskotul Umami
University of Darussalam Gontor
Email: rizqatulumami@gmail.com

Submitted: June 17th, 2026; Revised: October 26th, 2026; Accepted: October 28th, 2026

Abstract

The global halal industry faces significant barriers due to organized economic Islamophobia, as seen in the Boycott Halal Campaign (BHC) in the UK. This movement frames halal certification as a national identity threat, a covert "Halal Tax," and a non-tariff trade barrier. This paper addresses three main questions: how halal is represented in anti-halal narratives, how literacy deficits fuel rejection, and how an asbāb al-wurūd analysis of muamalah hadiths reconstructs an inclusive understanding of halal. Employing a qualitative interpretive method, this study synthesizes historical asbāb al-wurūd analysis with Fazlur Rahman's Double Movement theory. The paper examines the socio-political dynamics of halal disputes and reinterprets Sahih al-Bukhari No. 2068, which documents the Prophet Muhammad's commercial transaction with a Jewish merchant in Medina. The study reveals that anti-halal sentiment stems from ideological framing and low public literacy rather than inherent conflicts in halal standards. By deriving universal principles of equity, transparency, and food safety (ṭayyib), this research demonstrates that halal serves as a universal, non-discriminatory quality assurance framework rather than an instrument of economic isolation, bridging Islamic jurisprudence with modern international trade ethics.

Keywords: *Economic Islamophobia, Halal Certification, Asbāb al-Wurūd, Double Movement, Muamalah Hadith, International Trade*

Abstrak

Industri halal global menghadapi hambatan signifikan akibat Islamofobia ekonomi yang terorganisasi, seperti terlihat dalam Boycott Halal Campaign (BHC) di Inggris. Gerakan ini membingkai sertifikasi halal sebagai ancaman identitas nasional, "Pajak Halal" terselubung, dan hambatan perdagangan non-

tarif. Artikel ini menjawab tiga pertanyaan utama: bagaimana konsep halal direpresentasikan dalam narasi anti-halal, bagaimana defisit literasi memicu penolakan, serta bagaimana analisis asbāb al-wurūd hadis muamalah merekonstruksi pemahaman halal yang inklusif. Menggunakan metode kualitatif interpretif, penelitian ini memadukan analisis historis asbāb al-wurūd dengan teori Double Movement Fazlur Rahman. Pembahasan berfokus pada dinamika sosio-politik sengketa halal dan penafsiran ulang Hadis Shahih al-Bukhari No. 2068 tentang transaksi komersial Rasulullah SAW dengan pedagang Yahudi di Madinah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penolakan produk halal berakar pada narasi ideologis dan rendahnya literasi publik, bukan pertentangan hakiki dalam standar halal. Dengan menggali prinsip universal seperti keadilan, transparansi, dan keamanan pangan (ṭayyib), rekonstruksi ini membuktikan bahwa jaminan halal merupakan standar mutu universal yang inklusif dan bebas diskriminasi.

Kata kunci: Islamofobia Ekonomi, Sertifikasi Halal, Asbāb al-Wurūd, Double Movement, Hadis Muamalah, Perdagangan Internasional

PENDAHULUAN

Industri halal global kini bertransformasi menjadi ekosistem ekonomi triliunan dolar, namun pertumbuhannya terhambat oleh economic Islamophobia yang terorganisasi. Istilah economic Islamophobia ini merujuk pada prasangka dan diskriminasi terhadap kegiatan ekonomi umat Islam, yang tampak nyata melalui gerakan boikot produk, pembatasan tata cara penyembelihan, hingga penyebaran hoaks terkait pendanaan ekstremisme (Ruiz-Bejarano, 2017). Fenomena ini terlihat jelas dalam Boycott Halal Campaign (BHC) di Inggris, di mana gerakan anti-halal tersebut menyusupkan isu politik ke dalam ruang belanja publik seperti supermarket. Mereka sengaja menggambarkan logo halal sebagai ancaman bagi identitas nasional yang disebarkan secara tidak sadar lewat kebiasaan belanja masyarakat, atau *banal nationalism* (Jafari & Saleh, 2025). Konflik ini diperburuk oleh benturan ontologis antara aturan perdagangan sekuler WTO yang memandang produk secara fisik, dengan hukum Islam yang menekankan proses spiritual (Mansoor, 2026). Untuk melindungi hak ibadah warganya, regulasi jaminan halal yang diwajibkan oleh negara Muslim kerap dituduh sebagai hambatan teknis perdagangan non-tarif (Akay, 2026; Ruhaeni & Aqimuddin, 2023). Kondisi ini diperparah di tingkat bawah oleh defisit literasi (literacy deficit) konsumen non-Muslim yang melabeli sertifikasi halal sebagai *Halal Tax* (pajak halal), yang memicu sentimen negatif di ruang publik (Ruiz-Bejarano, 2017; APPG on British Muslims, 2018; Jones & Unsworth, 2019).

Penelitian terdahulu mengenai sengketa WTO dan gerakan boikot cenderung terpisah antara kajian hukum perdagangan dan sosiologi, sehingga belum menawarkan solusi teologis integratif dari dalam teks Islam itu sendiri. Riset ini mengisi celah tersebut dengan menggunakan analisis *Asbābul Wurūd* dan metode *Double Movement* Fazlur Rahman untuk merekonstruksi pemahaman hadis muamalah ke dalam kerangka etika pasar universal (Karimah & Akbar, 2026; Syauky et al., 2025). Penelitian ini berfokus pada tiga rumusan masalah: yang pertama adalah bagaimana konsep halal direpresentasikan dalam narasi Boycott Halal Campaign di Inggris? Kedua, bagaimana miskonsepsi dan rendahnya literasi halal berkontribusi terhadap penolakan produk halal? Dan ketiga, bagaimana analisis *Asbābul Wurūd* hadis muamalah dapat membangun pemahaman halal yang lebih kontekstual dan inklusif? Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, penelitian ini bertujuan membuktikan bahwa penafsiran ulang makna halal dapat menjadi instrumen penting untuk meluruskan kesalahpahaman, menepis *economic Islamophobia*, dan membangun rasa saling percaya di pasar global yang multikultural.

TINJAUAN PUSTAKA

Berbagai studi menunjukkan bahwa fenomena Islamofobia ekonomi memiliki keterkaitan erat dengan praktik sosial-budaya yang merugikan perdagangan halal, seperti kampanye boikot produk halal, larangan cara penyembelihan hewan secara Islam, dan penyebaran berita bohong. Praktik-praktik tersebut dapat menyebabkan semakin kuatnya hambatan perdagangan non-tarif dan melegitimasi kecurigaan publik terhadap komoditas Muslim (Ruiz-Bejarano, 2017). Menurut riset, penolakan produk halal di pasar global, mulai dari gerakan boikot belanja harian hingga kecurigaan lembaga tertentu, pada dasarnya bersumber dari narasi ideologis kelompok ultra-nasionalis. Kelompok ini secara sengaja membingkai keberadaan produk halal sebagai ancaman bagi identitas nasional serta membatasi ekspansi komoditas Muslim lewat kebijakan keamanan berlatar dinamika sosial-politik (Jafari & Saleh, 2025). Dimensi ekonomi dan sosial-politik ini juga terhubung dengan aturan perdagangan internasional, memicu konflik ontologis antara Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) dan hukum Islam (Mansoor, 2026). Aturan sekuler WTO menyamakan produk halal dan non-halal sebagai *like products* hanya berdasarkan bentuk fisiknya. Sebaliknya, hukum Islam secara fundamental melihat ada perbedaan spiritual yang mutlak berdasarkan kesucian proses

penyembelihannya (Mansoor, 2026). Dari perspektif regulasi hukum, kebijakan jaminan produk halal di suatu negara sering kali diprotes di bawah aturan *Non-Tariff Barrier* WTO, sehingga semakin menyulitkan masuknya produk halal di tengah ketidakpastian pengakuan moral publik suatu negara (Akay, 2026).

Dampak dari prasangka ekonomi ini pun meluas hingga ke berbagai lapisan kelas sosial-ekonomi masyarakat. Akibat keterbatasan literasi, sebagian konsumen non-Muslim salah memahami sertifikasi halal sebagai bentuk pajak keagamaan terselubung *Halal Tax* (Ruiz-Bejarano, 2017; Lestary & Iqbal, 2023). Untuk mengatasi kekakuan dalam penafsiran teks-teks keagamaan, para sarjana kontemporer mengajukan penggunaan pendekatan historis *Asbābul Wurūd* yang dipadukan secara metodologis dengan teori *Double Movement* gagasan Fazlur Rahman. Metode ini menggeser pemahaman tekstual-harfiah menuju sebuah pendekatan yang fleksibel dan responsif, dengan memprioritaskan nilai-nilai universal seperti kemaslahatan masyarakat, kebersihan, kesehatan, serta jaminan keamanan pangan berlandaskan prinsip *ṭayyib* (Karimah & Akbar, 2026; Syauky et al., 2025; Octhariani et al., 2025). Meskipun demikian, kajian literatur ini mengidentifikasi sebuah celah akademik: penelitian-penelitian sebelumnya cenderung terpisah antara ranah hukum perdagangan internasional dan studi normatif hadis, sehingga belum menyajikan formulasi teoritis yang memadukan keduanya. Dengan demikian, studi ini menyusun landasan teoritis dengan menempatkan integrasi *Asbābul Wurūd* dan *Double Movement* sebagai pendekatan konseptual utama. Pendekatan ini ditujukan untuk membedah akar isu Islamofobia ekonomi sekaligus merumuskan kembali etika perdagangan halal yang dapat diterima secara luas dalam lingkup pasar global.

KERANGKA TEORI

Penelitian ini berdasarkan pada dua kerangka analisis utama yang saling melengkapi: metode *Asbābul Wurūd* untuk membedah sejarah masa lalu, dan teori *Double Movement* dari Fazlur Rahman untuk menghubungkan sejarah tersebut dengan masa kini (Noeris & Supriyanto, 2025; Syauky et al., 2025). Teori Double Movement dipilih secara spesifik karena tahapan kerja historis dan kontekstualnya mampu menjembatani pembacaan Asbābul Wurūd hadis secara langsung ke dalam dinamika ekonomi modern. Metode *Asbābul Wurūd* bukan sekadar instrumen klasik untuk mencari tahu mengapa sebuah hadis diucapkan oleh Nabi. Namun metode ini digunakan sebagai

pendekatan sosiologis untuk melihat keadaan ekonomi, politik, dan kultur pasar di Madinah pada masa kenabian (Noeris & Supriyanto, 2025). Melalui cara ini, berbagai hadis mengenai transaksi dan perdagangan (muamalah) terbukti tidak muncul begitu saja secara independen, melainkan memberikan tanggapan langsung terhadap kebutuhan di pasar yang saat itu membutuhkan jaminan keadilan bagi seluruh pelaku pasar lintas agama (Al-Asqalani, n.d., Jilid 12, h. 50).

Penelitian ini menerapkan teori *Double Movement* Fazlur Rahman untuk menghubungkan teks hadis klasik dengan realitas perdagangan modern melalui dua tahapan sistematis (Syauky et al., 2025). Pertama, "gerakan mundur" dilakukan untuk menggali prinsip moral universal seperti keadilan, kebersihan, dan kesehatan dari teks hadis. Kedua, "gerakan maju" membawa nilai-nilai tersebut untuk menjawab tantangan perdagangan saat ini, guna memastikan hukum Islam tetap dinamis dan relevan (Noeris & Supriyanto, 2025).

Meskipun demikian, penggunaan pendekatan kontekstual seperti Double Movement memiliki risiko subjektivitas dan tafsir yang spekulatif apabila tidak diikat dengan keabsahan riwayat serta disiplin ilmu hadis klasik (Karimah & Akbar, 2026; Syauky et al., 2025). Oleh karena itu, penelitian ini memadukannya dengan metode Asbābul Wurūd yang berperan sebagai jangkar validitas historis agar penarikan nilai moral tetap berpijak kuat pada teks hadis yang autentik (Karimah & Akbar, 2026).

Melalui pendekatan ini, konsep "halal" diredefinisi melampaui aspek ritual yang kaku menjadi standar *ṭayyib* yang mencakup kebersihan, higienitas, dan keselamatan pangan universal (Karimah & Akbar, 2026). Redefinisi ini menjadi kunci untuk meluruskan miskonsepsi dalam sengketa dagang internasional dan mengatasi Islamofobia ekonomi dengan menunjukkan bahwa prinsip-prinsip Islam bersifat inklusif bagi seluruh masyarakat global (Lestary & Iqbal, 2023; Ruiz-Bejarano, 2017).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berbasis studi kepustakaan (library research) dengan pendekatan deskriptif-interpretif. Metode ini dipilih untuk mengamati dan menganalisis dinamika sosial-ekonomi serta politik yang memengaruhi perdagangan halal global. Sumber data

dalam penelitian ini berasal dari literatur kepustakaan, artikel jurnal ilmiah bereputasi nasional maupun internasional, serta kitab syarah hadis utama, yaitu Fath al-Bari karangan Ibnu Hajar al-Asqalani.

Proses analisis data dilakukan melalui tiga tahapan utama: pengumpulan data literatur, reduksi dan kategorisasi data berdasarkan tema (seperti economic Islamophobia, sengketa perdagangan halal, regulasi WTO, serta konteks historis hadis muamalah), dan interpretasi data. Analisis interpretatif dipadukan dengan pendekatan Asbābul Wurūd dan teori Double Movement Fazlur Rahman. Secara teknis, analisis Asbābul Wurūd diterapkan dengan menelusuri konteks historis di balik Hadis Shahih al-Bukhari No. 2068 mengenai transaksi dengan pedagang Yahudi, menggali nilai-nilai universal seperti keadilan, transparansi, dan inklusivitas, serta mengontekstualisasikan nilai-nilai tersebut ke dalam realitas pasar global saat ini guna merekonstruksi pemahaman produk halal yang lebih inklusif (Karimah & Akbar, 2026; Syauky et al., 2025).

Penelitian kualitatif ini telah menjadi pendekatan signifikan untuk menganalisis dinamika pasar halal dan sekuritisasi pasar di berbagai negara, membantu peneliti memahami makna sosial, nilai budaya, dan konteks geopolitik yang melandasi praktik tersebut. Sebagian besar peneliti terdahulu berfokus pada dimensi hukum dan regulasi sengketa WTO atau aspek sosial-politik Islamofobia di masyarakat Barat (Akay, 2026; Mansoor, 2026). Namun, penelitian ini merefleksikan bagaimana rekonstruksi teologis dan historis teks hadis secara struktural dapat meruntuhkan hambatan-hambatan tersebut di berbagai kawasan perdagangan global, menjembatani kesenjangan antara hukum Islam dan kebijakan perdagangan internasional.

HASIL DAN DISKUSI

Representasi Konsep Halal Dalam Narasi *Boycott Halal Campaign* di Inggris

Gerakan penolakan terhadap produk halal di pasar internasional tidak terjadi begitu saja, melainkan hasil dari pembentukan citra buruk atau stigmatisasi (Ruiz-Bejarano, 2017). Salah satu contoh kasus nyata dapat dilihat di Inggris melalui gerakan Boycott Halal Campaign (BHC) yang dimobilisasi oleh kelompok politik sayap kanan (*right-wing populists*) seperti Britain First (Jafari & Saleh, 2025). Gerakan ini membangun beberapa narasi untuk memojokkan keberadaan produk halal

di ruang publik sebagai ancaman eksistensial terhadap kebudayaan nasional Inggris. Melalui kampanye digital, gerakan ini membangun tiga narasi utama untuk mendiskriminasi produk halal. Pertama, penyebaran hoaks mengenai mitos *Halal Tax*. Kelompok anti-halal menyebarkan narasi menyesatkan bahwa biaya sertifikasi halal industri lokal merupakan bentuk pajak keagamaan terselubung yang dibebankan kepada seluruh konsumen non-Muslim (Ruiz-Bejarano, 2017). Propaganda ini bahkan melangkah lebih jauh dengan menyebarkan tuduhan tidak berdasar bahwa penerimaan uang hasil sertifikasi halal tersebut dialirkan untuk mendanai organisasi radikal atau kegiatan terorisme di tingkat internasional (Ruiz-Bejarano, 2017). Melalui isu ini, konsumen non-Muslim diprovokasi agar merasa dirugikan secara ekonomi dan merasa ikut mendanai agenda perluasan pengaruh Islam (*Stealth Jihad*) yang mengancam kedaulatan agama (Jafari & Saleh, 2025). Dengan demikian, BHC tidak lagi memposisikan halal sekadar sebagai informasi teknis atau jaminan mutu, melainkan membingkainya sebagai simbol ancaman kehadiran Islam di ruang publik Inggris. Jafari dan Saleh (2025) menjelaskan bahwa BHC menggunakan isu konsumsi ini untuk membangun tembok pembatas antara "masyarakat asli Inggris" dan warga Muslim yang diposisikan sebagai pihak asing, sehingga halal dijadikan penanda perbedaan identitas sosial dan budaya.

Yang kedua, gerakan BHC mengeksploitasi isu Kesejahteraan Hewan *(Animal Welfare)* dengan metode penyembelihan syariat yang dituduh secara sepihak sebagai bentuk penyiksaan hewan yang kejam karena dianggap menolak penggunaan metode pemingsanan (*stunning*) sebelum disembelih (Ruiz-Bejarano, 2017). Padahal, dalam industri halal modern, banyak standar penyembelihan yang tetap memperhatikan prinsip kemanusiaan dan higienitas *ṭayyib*. Narasi ini sengaja memanfaatkan kepedulian publik terhadap hak-hak hewan untuk mencitrakan hukum Islam sebagai sistem hukum yang terbelakang dan tidak selaras dengan nilai-nilai kemanusiaan modern Barat (Akay, 2026). Ketiga, dalam ranah perdagangan internasional, regulasi halal dituduh sebagai bentuk Hambatan Non-Tarif *(Non-Tariff Barrier)* dan strategi proteksionisme terselubung (Akay, 2026; Mansoor, 2026). Artinya, aturan wajib sertifikasi halal yang diterapkan oleh negara-negara Muslim dicurigai sebagai taktik politik perdagangan untuk membatasi masuknya produk impor dari negara Barat dan merusak sistem pasar bebas. Melalui penggabungan ketiga narasi ini, gerakan *Boycott Halal Campaign* berhasil mengubah persepsi publik Inggris dari yang semula

melihat sertifikasi halal sebagai sekadar label jaminan makanan, menjadi sebuah ancaman budaya, politik, dan ekonomi yang harus dilawan. Untuk memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana eskalasi penolakan ini berkembang dari tingkat lokal hingga menyentuh hambatan struktural internasional, Tabel 1 di bawah ini menyajikan lini masa evolusi sengketa produk halal dan Islamofobia ekonomi.

Tabel 1. Lini Masa Evolusi Sengketa Produk Halal dan Islamofobia Ekonomi

Periode/Fase	Insiden / Dinamika Pasar Global
Akhir Dekade 1990-an	Fase awal Gerakan Boikot Digital: Peluncuran situs web resmi Boycott Halal Campaign (BHC) di Inggris yang menjadi wujud awal gerakan penolakan produk halal berbasis digital (Jafari & Saleh, 2025).
Tahun 1995 – 2008	Fase Minim Sengketa di WTO: Periode awal yang relatif tenang dalam hukum dagang internasional, di mana hanya tercatat 1 kasus kekhawatiran dagang khusus (specific trade concern) terkait regulasi produk halal di komite WTO (Akay, 2026).
Tahun 2006	Fase Sekuritisasi Perdagangan: Pembatalan sepihak kesepakatan pengelolaan enam pelabuhan AS oleh Dubai Ports World (DP World) senilai US$ 6,8 miliar akibat intervensi Kongres AS yang mencemaskan faktor keamanan negara Arab (Ruiz-Bejarano, 2017). Pada tahun yang sama, beberapa Anggota Parlemen Eropa mulai mengajukan pertanyaan-pertanyaan diskriminatif terkait kekejaman penyembelihan halal (Ruiz-Bejarano, 2017).
Tahun 2009 – 2020	Fase Eskalasi Sengketa Hukum Dagang: Terjadi lonjakan tajam di WTO dengan mencuatnya 12 kekhawatiran dagang baru terkait aturan jaminan halal dari berbagai negara Muslim yang diprotes oleh eksportir non-Muslim (Akay, 2026).

Tahun 2010	Fase Ekspansi Mobilisasi Sosial: BHC meluncurkan halaman Facebook resmi untuk memperluas jangkauan massa (mencapai 90.000 pengikut) dan memicu aksi unjuk rasa langsung di lapangan, seperti demonstrasi menolak menu halal di gerai KFC Blackburn, Inggris (Jafari & Saleh, 2025).
10 April 2011	Fase Integrasi Makro-Ekonomi Syariah: World Halal Forum ke-6 mengumumkan penyatuan (convergence) penting antara sektor industri halal riil dengan institusi keuangan syariah global guna memperkuat ekosistem ekonomi Islam (Ruiz-Bejarano, 2017).
24 April 2012	Fase Propaganda dan Fitnah Finansial: Penyebaran berita bohong oleh Anggota Parlemen Eropa Franz Obermayr yang menuduh jaminan halal menyebabkan kematian anak di Prancis, bersamaan dengan petisi resmi dari organisasi Q Society ke DPR Australia yang menuduh biaya sertifikasi halal digunakan untuk mendanai jaringan terorisme global (Ruiz-Bejarano, 2017).
Tahun 2013 – 2021	Fase Pengerasan Diskursus Anti-Halal: Berlangsungnya penelitian netnografi longitudinal untuk melacak bagaimana kampanye boikot menggeser makna halal menjadi ancaman keamanan (stealth takeover) di benak konsumen Barat (Jafari & Saleh, 2025).
Tahun 2014	Fase Pembuktian Hukum atas Fitnah Terorisme: Nilai pasar makanan halal global menyentuh USD 1,37 triliun (Ruiz-Bejarano, 2017). Di saat yang sama, badan intelijen keuangan pemerintah Australia (AUSTRAC) melakukan investigasi atas desakan kelompok anti-Islam dan menyimpulkan secara resmi bahwa tidak ada bukti sertifikasi halal mendanai terorisme (Ruiz-Bejarano, 2017).

Tahun 2015	Fase Vandalisme Pasar & Dampak Kerugian Bisnis: Pengadilan Inggris mendenda pelaku penempelan stiker rasis "halal itu kejam" di supermarket Sainsbury's (Jafari & Saleh, 2025). Sementara di Australia, perusahaan Fleurieu Milk menderita kerugian kontrak senilai AU$ 50.000 akibat membatalkan sertifikasi halal setelah diancam boikot oleh kelompok sayap kanan (Ruiz-Bejarano, 2017).
27 Juni 2016	Fase Kriminalitas Sosiologis pasca-Brexit & Restriksi Hukum Eropa: Penghancuran toko daging halal Kashmir Meat & Poultry di Inggris menggunakan bom Molotov pasca-pemungutan suara Brexit (Ruiz-Bejarano, 2017). Di tahun yang sama, Mahkamah Uni Eropa mengeluarkan putusan yang membatasi penyembelihan halal tanpa pemingsanan (non-stun slaughter) dengan alasan perlindungan hewan (Akay, 2026).
Tahun 2017	Fase Pertanggungjawaban Hukum atas Defamasi: Badan sertifikasi halal Australia (HCAA) berhasil memenangkan gugatan pencemaran nama baik di luar pengadilan, memaksa Q Society dan Kirralie Smith meminta maaf secara publik dan membayar denda hukum yang sangat besar (Ruiz-Bejarano, 2017).
Juli 2021	Fase Penutupan Paksa Kampanye Boikot: Situs web dan halaman Facebook BHC ditutup serta dibekukan secara permanen setelah para pemimpin sayap kanan Britain First dijatuhi denda hukum akibat menyebarkan fitnah rasis terhadap lembaga halal (Jafari & Saleh, 2025).
Tahun 2023	Fase Harmonisasi Regulasi Regional: Indonesia dan Malaysia menandatangani Perjanjian Pengakuan Timbal Balik (Mutual Recognition Agreement) sertifikat halal guna memangkas biaya

	ekspor ganda bagi para pelaku usaha (Johan & Plana-Casado, 2023; Akay, 2026).
Tahun 2025	Fase Penguatan Jaminan Produk Halal Nasional: Naiknya tarif impor global hingga kisaran 20% akibat perang dagang unilateral era Donald Trump, memaksa negara berkembang seperti Indonesia memperkuat kedaulatan ekonomi melalui optimalisasi wajib sertifikasi halal domestik (UU No. 33 Tahun 2014) sebagai jaring pengaman pasar (Mansyuroh & Abdillah, 2026).

Sumber: Data diolah dari Ruiz-Bejarano (2017), Jafari & Saleh (2025), Akay (2026), dan Mansyuroh & Abdillah (2026).

Data empiris dalam lini masa di atas menunjukkan adanya korelasi sosiologis yang sangat erat antara munculnya kecemasan politik makro dengan meningkatnya sentimen Islamofobia di kalangan masyarakat awam (Ruiz-Bejarano, 2017). Tren penolakan ini membuktikan bahwa diskursus anti-halal tidak pernah berdiri secara netral, melainkan sengaja digaungkan untuk meraih politik identitas di Barat (Jafari & Saleh, 2025), hal tersebut dibuktikan dengan adanya pergeseran taktik yang awalnya kampanye digital pada tahun 1990-an bertransformasi menjadi gugatan hukum resmi di Uni Eropa pada tahun 2016 (Akay, 2026; Jafari & Saleh, 2025). Fenomena ini menjelaskan mengapa tren penolakan pasar tidak lagi sekadar masalah ketidakcocokan selera makan, melainkan telah bergeser menjadi instrumen pertahanan batas sosial (Social Boundary Making) untuk menyingkirkan identitas Muslim dari ruang publik Barat (Jafari & Saleh, 2025).

Kontribusi Miskonsepsi dan Rendahnya Literasi Halal Terhadap Penolakan Produk Halal

Selain faktor ketakutan yang sengaja diciptakan oleh kelompok politik luar, timbulnya penolakan terhadap produk halal di pasar global juga disebabkan oleh faktor internal, yaitu rendahnya pemahaman masyarakat umum mengenai esensi halal itu sendiri (literasi halal) serta campur tangan strategi bisnis korporasi global (Lestary & Iqbal, 2023; Ruiz-Bejarano, 2017; Djamali et al., 2025). Masyarakat non-Muslim di pasar global umumnya memiliki miskonsepsi bahwa kata "halal" adalah istilah eksklusif yang hanya berkaitan dengan ritual keagamaan Islam, hukum

makanan yang membatasi, atau aturan penyembelihan hewan semata (Ruiz-Bejarano, 2017). Mereka belum memahami bahwa konsep kehalalan yang utuh sebenarnya selalu berkaitan dengan aspek *ṭayyib*, yang berarti kualitas mutu tinggi, higienitas, kebersihan, keadilan transaksi, hingga keamanan produk untuk dikonsumsi oleh siapa saja tanpa memandang latar belakang agama (Abu Bakar & Ahmad, 2020; Karimah & Akbar, 2026; Mansoor, 2026; Johan & Plana-Casado, 2023).

Kondisi ketidakpahaman publik ini sayangnya diperparah oleh perilaku korporasi multinasional melalui praktik pelabelan berlebihan *over-labeling* dan *halal-washing* demi mengumpulkan keuntungan dari besarnya potensi pasar Muslim global yang sangat menjanjikan (Ruiz-Bejarano, 2017). Melalui fenomena komodifikasi agama (*religious commodification*), banyak dari pelaku industri yang mengalami pergeseran paradigma dari nilai spiritualitas halal menjadi sekadar komoditas dagang komersial yang eksploitatif (Jafari & Saleh, 2025). Akibatnya, sering kali ditemukan penempelan label halal pada produk-produk nonkonsumsi yang secara alamiah sudah halal (*default halal*) atau barang-barang yang sebenarnya tidak membutuhkan sertifikasi keagamaan sama sekali (Ruiz-Bejarano, 2017). Praktik *over-labeling* dan *halal-washing* ini memicu munculnya biaya kepatuhan (*compliance cost*), yakni ongkos birokrasi, audit laboratorium, dan administrasi sertifikasi tambahan yang harus ditanggung oleh produsen. Ujung-ujungnya, biaya tambahan ini dibebankan kepada konsumen melalui kenaikan harga jual barang di pasaran (Akay, 2026; Mansoor, 2026). Bagi konsumen non-Muslim yang memiliki literasi halal rendah, fenomena ini menimbulkan kemarahan dan kecurigaan besar. Mereka merasa dimanfaatkan dan dipaksa membayar harga barang yang lebih mahal demi sebuah permainan label yang mereka anggap tidak masuk akal. Pada akhirnya, kombinasi antara minimnya edukasi publik dan sifat serakah kapitalisme industri inilah yang terus memperkuat resistensi dan Islamofobia ekonomi di pasar internasional (Jafari & Saleh, 2025; Ruiz-Bejarano, 2017).

Rekonstruksi Kontekstuan Hadis Muamalah Melalui Analisis *Asbābul Wurūd* dan *Double Movement*

Berdasarkan catatan sejarah dalam hadis berstatus ṣaḥīḥ yang disepakati keabsahan sanad dan matannya, interaksi ekonomi Islam sebenarnya sangat terbuka dan tidak membeda-bedakan. Hal ini tercatat dalam Shahih al-Bukhari No. 2068:

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ: اشْتَرَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ يَهُودِيٍّ طَعَامًا إِلَى أَجَلٍ، وَرَهَنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

Dari Aisyah RA, ia berkata bahwa Rasulullah SAW membeli makanan dari seorang Yahudi secara kredit dan menjaminkan baju besinya kepadanya (HR. Bukhari No. 2068).

Transaksi pembelian bahan pangan berupa gandum dari pedagang Yahudi ini menegaskan bahwa kehalalan produk tidak dibatasi oleh identitas keagamaan penjualnya, melainkan bertumpu pada pemenuhan standar mutu dan keamanan pangan (*ṭayyib*) serta kejujuran dalam berinteraksi.

Melalui penelitian mendalam terhadap *Asbābul Wurūd* serta latar belakang sejarahnya, terungkap bahwa selama fase Madinah, Rasulullah SAW telah membangun interaksi ekonomi lintas agama berbasiskan prinsip keadilan, jaminan mutu, dan penghormatan atas hak-hak sipil antarumat beragama. Di dalam kitab *Fath al-Bari Syarh Shahih al-Bukhari* Jilid 12 halaman 50, Al-Hafiz Ibnu Hajar al-Asqalani memaparkan peristiwa sejarah di balik Hadis Shahih al-Bukhari No. 2068, di mana Rasulullah SAW secara pribadi mendatangi seorang pedagang Yahudi bernama Abu al-Syahm dari kabilah Bani Zafar untuk membeli gandum kasar sebanyak 30 sha' (setara sekitar 75 hingga 90 kilogram) secara kredit (tidak tunai) dengan tenggat waktu pembayaran yang telah ditentukan oleh penjual. Rasulullah SAW melakukan hal ini untuk memenuhi kebutuhan pangan keluarga beliau sehari-hari. Sebagai penjamin utang tersebut, akhirnya Rasulullah SAW menyerahkan baju perang besi miliknya yang bernama Dzat al-Fudul sebagai barang gadaian (*rahn*) kepada pedagang Yahudi tersebut, yang mana baju besi tersebut tetap berada di tangan Abu al-Syahm hingga Rasulullah SAW wafat (Al-Asqalani, n.d., Jilid 12, h. 50; Noeris & Supriyanto, 2025).

Ibnu Hajar al-Asqalani menggarisbawahi fakta sejarah yang menarik, di mana pada masa itu Madinah dipenuhi oleh sahabat-sahabat Muslim yang memiliki kemampuan finansial yang luar

biasa dan terkenal dermawan (seperti Abu Bakar al-Siddiq, Umar bin Khattab, Utsman bin Affan, Abdurrahman bin Auf) yang dipastikan siap memberikan bantuan pangan secara cuma-cuma, namun Rasulullah SAW secara sadar mengabaikan opsi sukarela tersebut dan lebih memilih untuk melakukan transaksi utang-piutang secara komersial dengan warga non-Muslim. Ibnu Hajar al-Asqalani di sini menegaskan bahwa Rasulullah SAW melakukan tindakan tersebut guna mendidik umat Islam bahwa transaksi perdagangan, utang-piutang, sewa-menyewa, hingga menggadaikan barang penting seperti baju besi kepada warga non-Muslim sangat diperbolehkan, sah secara syariat, serta dilindungi secara hukum perdata (Al-Asqalani, n.d., Jilid 12, h. 50-51). Hal ini menunjukkan bahwa etika muamalah Islam sejak awal bersifat terbuka dan bebas dari diskriminasi terhadap masyarakat non-Muslim (Karimah & Akbar, 2026; Syauky et al., 2025).

Guna mengatasi kekhawatiran pasar Barat yang memicu gerakan Boycott Halal Campaign, penelitian ini menerapkan teori Double Movement yang digagas oleh Fazlur Rahman. Teori ini digunakan melalui dua tahapan sistematis. Pertama, peneliti melakukan refleksi historis dengan "kembali" ke masa kenabian untuk menemukan inti moral di balik teks hadis. Kedua, peneliti menarik nilai moral universal tersebut untuk diterapkan dalam menjawab masalah kontemporer (Karimah & Akbar, 2026; Syauky et al., 2025). Fenomena ini dapat membuktikan bahwa gerakan boikot tersebut lebih banyak dipicu oleh rasa takut yang sengaja dibuat-buat (scaremongering) serta permainan kelompok tertentu, dan bukan karena produk halal ini memang merugikan para konsumen non-Muslim (Jafari & Saleh, 2025; Ruiz-Bejarano, 2017). Penerapan nilai moral dari hadis ini membuktikan bahwa sertifikasi halal seharusnya difokuskan pada jaminan kualitas dan keamanan produk tanpa memicu beban biaya yang tidak perlu. Dengan mengedepankan prinsip transparansi dan keadilan transaksi, prasangka mengenai *Halal Tax* dapat ditepis, sementara praktik *over-labeling* yang eksploitatif dapat dicegah demi menjaga kepercayaan pasar global yang inklusif.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa gerakan penolakan produk halal di pasar internasional, seperti Boycott Halal Campaign (BHC) di Inggris, merupakan hasil dari sekuritisasi pasar harian oleh kelompok sayap kanan (right-wing populists) untuk memojokkan eksistensi komunitas Muslim (Jafari & Saleh, 2025; Ruiz-Bejarano, 2017). Narasi BHC menyebarkan isu penyesatan seperti "Halal Tax" yang menuduh biaya sertifikasi digunakan untuk mendanai ekstremisme, tuduhan yang

terbukti tidak memiliki dasar empiris. Selain itu, metode penyembelihan syariat (dzabihah) dituduh mengabaikan kesejahteraan hewan (animal welfare), serta regulasi jaminan halal dituduh sebagai hambatan non-tarif (non-tariff barrier) yang proteksionis (Akay, 2026; Mansoor, 2026). Penolakan ini diperparah oleh rendahnya literasi halal di kalangan konsumen non-Muslim serta perilaku komodifikasi agama oleh korporasi global melalui praktik over-labeling dan halal-washing yang memicu peningkatan biaya kepatuhan (compliance cost) dan dibebankan kepada konsumen (Lestary & Iqbal, 2023; Ruiz-Bejarano, 2017; Akay, 2026).

Melalui pendekatan Asbābul Wurūd terhadap Hadis Shahih al-Bukhari No. 2068, yang mencatat transaksi komersial kredit dan penggadaian baju besi Rasulullah SAW dengan seorang pedagang Yahudi bernama Abu al-Syahm, diketahui bahwa muamalah Islam sejak awal sangat menjunjung tinggi inklusivitas, keadilan, dan asas saling percaya tanpa membedakan latar belakang agama. Dengan menerapkan teori Double Movement Fazlur Rahman, nilai-nilai moral universal Madinah diaktualisasikan ke dalam konteks modern untuk membuktikan bahwa jaminan halal merupakan standar mutu universal (*ṭayyib*) yang menjamin keamanan pangan, kebersihan, serta keadilan transaksi bagi seluruh masyarakat global. Secara keseluruhan, penelitian ini berfokus pada sisi normatif-teologis dan sosiologis dari fenomena Islamofobia ekonomi dengan menjadikan teks hadis serta literatur kepustakaan dan syarah hadis sebagai basis analisis utama.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena berfokus pada kajian kualitatif yang bersifat normatif berbasis literatur kepustakaan, artikel jurnal ilmiah, dan kitab syarah hadis. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan dengan studi lapangan berupa wawancara mendalam kepada konsumen non-Muslim serta kolaborasi interdisipliner dengan ilmu pangan untuk merumuskan indikator kuantitatif konsep ṭayyib secara terukur di pasar global.

ACKNOWLEDGMENT

Kami menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada dosen pengampu mata kuliah Studi Quran dan Hadis atas ilmu, bimbingan, serta wawasan akademis yang telah diberikan. Secara khusus, penjelasan yang mendalam mengenai *Asbābul Wurūd* dari beliau menjadi fondasi konseptual yang sangat krusial dalam memperkaya sudut pandang analisis kami.

Pemahaman tersebut sangat membantu penulis untuk merelevansikan dan menghubungkan isu-isu kontemporer dengan tradisi hadis secara terstruktur hingga artikel ini berhasil disusun dan diselesaikan dengan baik.

REFERENSI

Abu Bakar, I., & Ahmad, M. H. (2020). Understanding and acceptance of halal food among non-Muslims in Malaysia: Case study in Kuantan town. *International Journal of Allied Health Sciences, 4*(3), 1403-1408.

Akay, A. K. (2026). Future research directions in halal trade regulations: WTO law and policy challenges. *Bulletin of the Institute of Legislation and Legal Information of the Republic of Kazakhstan, 81*(1), 333-345. https://doi.org/10.52026/2788-5291_2026_81_1_333

Al-Asqalani, I. H. (n.d.). *Fath al-Bari bi Sharh Sahih al-Bukhari* (Jilid 12, hlm. 50-51). Beirut: Dār al-Ma'rifah.

APPG on British Muslims. (2018). *Islamophobia defined: The inquiry into a working definition of Islamophobia*. All-Party Parliamentary Group on British Muslims.

Djamali, R., Kindangen, P., Masinambow, V. A. J., Taroreh, R. N., Nurhayati, L., & Hermawan, T. (2025). Navigating halal tourism: Perceptions and behaviors of non-Muslims in the Muslim-minority context of Manado City. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah, 23*(1), 87–101. https://doi.org/10.30984/jis.v23i1.3501

Jafari, A., & Saleh, A. (2025). The far right, banal nationalism and the reproduction of Islamophobia through the consumer activist campaign of Boycott Halal. *The Sociological Review, 73*(6), 1263–1283. https://doi.org/10.1177/00380261241291676

Johan, E., & Plana-Casado, M. J. (2023). Harmonizing halal in ASEAN: Analysis of halal food guidelines under the ASEAN Way approach. *Journal of ASEAN Studies, 11*(1), 43–67. https://doi.org/10.21512/jas.v11i1.9682

Jones, S. H., & Unsworth, A. (2019). *Islamophobia in the UK: Report*. University of Birmingham.

Karimah, I., & Akbar R, M. (2026). Studi komparatif antara asbab al-wurud dan analisis mikro-makro dalam studi hadis. *Mustaneer: Journal of Islamic Thought & Civilization, 2*(1), 82-96. https://doi.org/10.61630/mjitc.v2i1.44

Lestary, R. A. D., & Iqbal, M. (2023). Persepsi pedagang makanan non-halal terhadap konsumen muslim di kota Manado. *ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab, 4*(2), 47–59. https://doi.org/10.20885/abhats.vol4.iss2.art5

Mansoor, S. I. U. (2026). Halal certification under Shariah law and WTO trade rules in religious and secular legal orders. *Discover Global Society, 4*(75), 1–20. https://doi.org/10.1007/s44282-026-00416-4

Mansyuroh, F. A., & Abdillah, M. T. (2026). When law speaks, economy acts: A normative assessment of Trump's import tariffs and Indonesia's halal industry strategy for economic resilience. *SIYAR Journal, 6*(1), 143-172. https://doi.org/10.15642/siyar.2026.6.1.143-172

Noeris, A. A., & Supriyanto. (2025). Pendekatan historis dalam studi Islam: Kerangka metodologis dan urgensinya dalam konteks kontemporer. *Jurnal Studi Islam Indonesia (JSII), 3*(2), 251-264. https://ejournal.lapad.id/index.php/jsii

Octhariani, M., Tasbih, M., & Abdullah, Z. (2025). Metode pemahaman hadis (Fiqh al-Hadith) dalam menjawab isu-isu kontemporer. *Al-Iftah: Jurnal Tafsir Al-Qur'an dan Hadist, 3*(1), 20–27.

Ruhaeni, N., & Aqimuddin, E. A. (2023). Halal food certification as an exception clause under the rule of the WTO-GATT: An Indonesia experience. *Cogent Social Sciences, 9*(2), 1–17. https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2260160

Ruiz-Bejarano, B. (2017). Islamophobia as a deterrent to halal global trade. *Islamophobia Studies Journal, 4*(1), 129-146.

Syauky, A., Nurmila, & Ariani, S. (2025). Integrasi pendekatan tekstual dan kontekstual terhadap hadis sahih di era modern. *El Nubuwwah: Jurnal Studi Hadis, 3*(1), 47-80. https://doi.org/10.19105/ElNubuwwah.v3i1.18985