

PENCANTUMAN LABEL HALAL (*HALAL FOOD*) ETIKA DALAM BISNIS DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ainol Yakin

Institut Agama Islam Negeri Pamekasan

Email : 1234ainolyakin@gmail.com

Abstrak

Sertifikasi halal dalam makanan sangat dibutuhkan oleh konsumen untuk memberikan jaminan agar tidak mengkonsumsi atau menggunakan produk barang atau jasa yang tidak halal sehingga aqidah mereka terjaga dan menjadi tenang dalam menggunakan produk. Maka menjadi tugas pemerintah untuk memberikan jaminan kepada konsumen agar produk barang atau jasa yang beredar di tengah-tengah masyarakat benar-benar halal. Label halal sendiri memberikan keuntungan bagi pelaku usaha seperti meningkatkan kepercayaan konsumen, meraih pasar pangan halal global, meningkatkan marketability produk di pasar dan investasi berbiaya murah. Konsumen Muslim harus cerdas sebelum membeli sebuah produk atau jasa demi keamanan dan keselamatan.

Kata kunci: label halal, etika bisnis, perlindungan konsumen

Abstract

Halal certification in food is needed by consumers to guarantee that they do not consume or use products or services that are not halal so that their faith is maintained and calm in using the product. So it is the duty of the government to provide guarantees to consumers that the products or services circulating in the midst of society are truly halal. Halal labels themselves provide benefits for businesses such as increasing consumer confidence, reaching the global halal food market, increasing product marketability in markets and low-cost investments. Muslim consumers must be smart before buying a product or service for safety and security.

Keywords: halal labels, business ethics, consumer protection

Pendahuluan

Makanan bukan saja kebutuhan dasar manusia untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, namun makanan merupakan masukan yang sangat penting untuk membangun manusia agar mempunyai fisik yang sehat, mempunyai nalar yang

tinggi, serta mempunyai jiwa yang kokoh dan moral yang baik. Karena makanan merupakan kebutuhan umat manusia, maka setiap individu dari semua kelompok umur: balita, anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua, merupakan konsumen yang terbesar dari makanan. Konsumen bukan saja menginginkan tersedianya jumlah makanan yang cukup dengan berbagai bentuknya di pasar sehingga mereka dapat melakukan seleksi sesuai dengan kebutuhannya. Akan tetapi lebih dari itu, konsumen juga membutuhkan makanan dengan kualitas-kualitas tertentu yang memenuhi standar mereka. Pada masa yang akan datang, perhatian konsumen terhadap kualitas makanan ini akan sangat besar, seiring dengan meningkatnya pendidikan yang diikuti dengan selera yang begitu tinggi, serta didukung oleh berhasilnya produksi pertanian. Sehingga kualitas makanan bukan lagi menjadi masalah bagi konsumen (Ujang Sumarwan, 2002, Hal: 337)

Masa depan bangsa dapat dipertahankan apabila didukung oleh upaya pembangunan yang dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup masa depan yang lebih baik dari pada masa kini. Ketersediaan pangan sebagai salah satu faktor yang mendukung upaya pembangunan, karena pangan termasuk kebutuhan dasar terpenting dan sangat esensial dalam kehidupan manusia, termasuk juga memperhatikan keamanan pangan yang dikonsumsi. Oleh karena itu, keselamatan dan kesehatan masyarakat harus dilindungi terhadap pangan yang tidak memenuhi syarat, dan terhadap kerugian sebagai akibat produksi, peredaran, dan perdagangan pangan yang tidak benar. Cara produksi dan peredaran pangan yang tidak benar dapat merugikan dan membahayakan kesehatan masyarakat. Pangan yang aman, bermutu, dan bergizi adalah hak setiap orang. Penjaminan pangan yang bermutu dan aman merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah, industri pangan, dan konsumen, sesuai dengan tugas dan fungsinya masing-masing. Persepsi yang sama dan kerja sama antar sektor tersebut mempunyai peranan penting dalam keberhasilan program keamanan pangan. (Wisnu Cahyadi, 2006, Hal: 250)

Jaminan kehalalan suatu produk pangan dapat diwujudkan di antaranya dalam bentuk sertifikat halal yang menyertai suatu produk pangan, yang mana dengan sertifikasi halal tersebut seorang produsen dapat mencantumkan logo halal pada kemasannya. Masalahnya,

bagaimana menjamin bahwa sertifikat halal tersebut telah memenuhi kaidah syariah yang ditetapkan dalam menetapkan kehalalan suatu produk pangan, dalam hal ini berkaitan dengan kompetensi lembaga yang mengeluarkan sertifikat, standat halal yang digunakan, personil yang terlibat dalam sertifikasi dan auditing, dan yang tak kalah pentingnya adalah mekanisme sertifikasi halal itu sendiri. Dengan demikian, diperlukan adanya suatu standar dan sistem yang dapat menjamin kebenaran hasil sertifikasi halal.

Kasus-kasus besar yang berkaitan dengan kehalalan produk pangan telah terjadi di Indonesia yang telah banyak merugikan pihak dan menimbulkan keresahan masyarakat. Kasus haramnya beberapa produk di Indonesia telah mengguncang konsumen Muslim, dimana mereka sebagai konsumen merasa sangat dirugikan dan dilecehkan oleh produsen pada tahun 1980-an muncul kasus dicurigainya kehalalan susu Dancow, kemudian kasus makanan bercampur lemak babi pada tahun 1988 yang telah meresahkan konsumen Muslim, yang diungkapkan oleh seorang peneliti dari Universitas Brawijaya. Dan yang terakhir terjadi pada awal tahun 2001, muncul kasus haramnya bumbu masak Ajinomoto seperti yang difatwakan oleh Majelis Ulama' Indonesia. Ketiga kasus tersebut menggambarkan betapa masih ada produsen yang tidak memperhatikan hak konsumen untuk memperoleh produk yang aman bagi keyakinannya (Ujang Sumarwan, 2002, hal: 336).

Belajar dari kasus yang telah terjadi maka Majelis Ulama' Indonesia (MUI) berusaha berperan untuk menentramkan umat Islam dalam masalah kehalalan produk pangan dengan cara mendirikan lembaga pengkajian pangan, obat-obatan dan kosmetika MUI (LPPOM MUI) yang bertugas untuk melakukan pengkajian kehalalan produk pangan, obat dan kosmetika. Sebagai upaya untuk memberikan kepastian mengenai kehalalan produk pangan maka pada perjalanan selanjutnya LPPOM MUI mulai melakukan kegiatan sertifikasi halal bagi produk pangan pada tahun 1994. Kegiatan ini ternyata masih menemui kendala karena pihak pemerintah (melalui Depkes dan Depag) sebagai pihak yang merasa berwenang dalam pengawasan pengaturan produk pangan dan kaitannya dengan halal sekalipun, merasa pula berhak dalam melakukan sertifikasi halal ini. Melalui berbagai pertemuan dan pembahasan maka tercapailah titik temu dimana masalah sertifikasi halal akan ditangani oleh tiga lembaga yaitu MUI, Depkes dan Depag dimana ketiga lembaga tersebut menandatangani SKB (sura keputusan bersama) 3 lembar tersebut yang telah dilakukan pada tahun 1996. Dengan bantuan

kementrian negara urusan pangan maka lahirlah undang-undang pangan pada tahun 1996 dimana masalah pangan juga di perhatikan walaupun sangat di sayangkan masih bersifat *ambiguous* (akan didiskusikan lebih lanjut). Melalui perjuangan yang panjang yang dimotori oleh YLKI lahir pula undang-undang perlindungan konsumen yang mulai berlaku tahun 2000 dimana masalah label halal tercakup dalam UU ini. Sebelumnya, lahir pula peraturan pemerintah tentang label dan iklan pangan pada tahun 1999 dimana label halal juga diatur dalam peraturan tersebut. Seperti tercantum dalam PP No. 69 tentang label dan iklan pangan, Komite Akreditasi Nasional (KAN), Badan Standarisasi Nasional (BSN) merupakan lembaga yang melakukan akreditasi terhadap lembaga pemeriksaan yang akan memeriksa kebenaran pernyataan halal yang di cantumkan pada label suatu produk pangan. Dengan dasar ini BSN membentuk suatu tim pengembangan akreditasi lembaga sertifikasi halal pada tahun 2001. Tim ini beranggotakan personil yang mewakili lembaga pemerintah (Deptan, Badan POM, Deperindag, Depag) asosiasi industri pangan, konsumen (YLKI dan yayasan lembaga konsumen Muslim), perguruan tinggi, LPPOM MUI dan BSN sendiri. Tim ini bergerak menggodok standat-standat yang di perlukan dalam masalah sertifikasi halal serta sistem sertifikasinya itu sendiri. (Anton Apriyanto, 2003, Hal:27)

Ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk menjamin hak untuk mendapatkan makanan dan minuman yang halal, pertama adanya jaminan undang-undang yang melindungi hal tersebut. Alhamdulillah undang-undang pangan telah diperlakukan dimana salah satu pasal, yaitu tentang lebel dinyatakan bahwa pencantuman label halal merupakan jaminan bahwa makanan dan minuman yang diberi label halal tersebut adalah halal menurut syariah Islam dan merupakan tanggung jawab produsen yang memproduksi makanan dan minuman tersebut (Diana candra dewi, 20007, hal: 50)

Bahan dan Metode

Dalam penulisan ini kami menggunakan metode literatur kaji pustaka terhadap buku-buku yang berhubungan dengan tema tulisan yang kami buat dan juga bersumber dari beberapa artikel dari internet.

Konsep Halal Dalam Islam

Dalam Islam disyaratkan, untuk bisa meraih harta yang halal harus linier antara niat, proses, dan sarana yang digunakan. Dalam arti, sekalipun didahului dengan niat (*motif*) yang baik, akan tetapi jika proses dan sarana yang dipakai tidak dibenarkan oleh Islam, maka niscaya harta yang dihasilkan tidak akan barakah, dan haram hukumnya. Oleh karena itu, mencucian hati yang di hasilkan melalui ibadah ritual seseorang, hendaknya bisa menyucikan niat dan metode (cara) mereka dalam mencari nafkah dan penghasilan. (Muhammad Djakfar, 2009, hal:198).

Kata “halalan” bahasa Arab berasal dari kata *halla* yang berarti “lepas” atau “tidak terikat”. Secara etimologi kata halalan berarti hal-hal yang boleh dan dapat di lakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Dapat pula di artikan sebagai segala bebas dari bahaya duniawi dan ukhrawi. Sedangkan kata “*tayyib*” berarti ‘lezat’, ‘baik’, ‘sehat’, ‘menentramkan’ dan ‘paling utama’. Dalam kontek makanan kata *thayyib* berarti makanan yang tidak kotor dari segi zatnya atau rusak (kadaluarsa), atau bercampur benda najis. Ada pula yang mengartikan sebagaimana makanan yang mengandung selera bagi yang akan mengkonsumsinya dan tidak membahayakan fisik serta akalunya. Juga ada yang mengartikan sebagaimana makanan yang sehat, proporsional, dan aman.

Etika Bisnis dalam Islam

Etika berasal dari bahasa Yunani (Greek) yaitu *ethos* dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) yang berarti “adat istiadat” atau “kebiasaan”.¹⁴ Etika adalah *a code or self of principle which people live* (kaidah atau seperangkat prinsip yang mengatur hidup manusia).¹⁵ Ini berarti secara etimologi, etika identik dengan moral karena telah umum diketahui bahwa istilah moral berasal dari kata *mos* (dalam bentuk tunggal) dan *mores* (dalam bentuk jamak) dalam bahasa Latin yang artinya kebiasaan atau cara hidup.

Moral berasal dari bahasa Inggris yaitu *moral*, bahasa Latin *mores* dan bahasa Belanda *moural* yang bermakna budi pekerti, kesusilaan dan adat kebiasaan. Secara terminologi, etika adalah ilmu pengetahuan tentang moral (kesusilaan). Setiap orang memiliki moralitasnya masing-masing namun tidak semua orang perlu melakukan pemikiran secara kritis terhadap moralitas yang menjadi kegiatan etika.¹⁷ Etika ialah

teori tentang perilaku perbuatan manusia dipandang dari nilai baik dan buruk sejauh yang dapat ditentukan oleh akal.¹⁸

Secara filosofis esensi makna dari dua istilah (moral dan etika) itu dapat dibedakan. Menurut Frans Magnis Suseno yang dimaksud dengan moral adalah ajaran-ajaran, wejangan-wejangan, patokan-patokan, lisan atau tertulis tentang bagaimana manusia harus hidup dan bertindak agar ia menjadi manusia yang baik. Etika adalah filsafat atau pemikiran kritis dan mendasar tentang ajaran-ajaran dan pandangan moral.¹⁹ Dengan demikian etika adalah ilmu pengetahuan tentang moral (kesusilaan).

Dalam Islam istilah moral identik dengan *akhlâq*. Kata *akhlâq* merupakan bentuk *jama'* dari kata *khalq* yang bermakna budi pekerti, menghargai, tingkah laku dan tabiat.²⁰ Akhlak berarti *character, disposition* dan *moral constitution*.²¹ Secara linguistik perkataan *akhlâq* ialah bentuk jamak dari *khuluq* yang berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat.²²

Walaupun dikenal dengan banyak istilah yang dipakai, namun baik akhlak, moral, etika, tata krama, sopan santun, susila, budi pekerti, tingkah laku, perangai maupun tabiat, semuanya mempunyai makna yang identik dan hanya dipisahkan oleh sumber, standar dan asal-muasal terminologi tersebut.

Etika lebih bersifat teori dan moral bersifat praktik. Etika membicarakan bagaimana seharusnya sedangkan moral bagaimana adanya. Etika menyelidiki, memikirkan dan mempertimbangkan tentang yang baik dan buruk, moral menyatakan ukuran yang baik tentang tindakan manusia dalam kesatuan sosial tertentu. Etika memandang laku-perbuatan manusia secara universal, moral secara temporal. Moral menyatakan ukuran, etika menjelaskan ukuran itu. Moral sesungguhnya dibentuk oleh etika. Ia merupakan muara atau buah dari etika.

Perlindungan Konsumen

Berdasarkan UU no.8 Pasal 1 Butir 1 Tahun 1999, tentang perlindungan konsumen disebutkan bahwa “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberikan harapan agar pelaku usaha tidak lagi sewenang-wenang yang selalu merugikan hak

konsumen. Dengan adanya UU Perlindungan Konsumen beserta perangkat hukum lainnya, konsumen memiliki hak dan posisi yang berimbang, dan mereka pun bisa menggugat atau menuntut jika ternyata hak-haknya telah dirugikan atau dilanggar oleh pelaku usaha.

Perlindungan konsumen yang dijamin oleh undang-undang ini adalah adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen, yang bermula dari "benih hidup dalam rahim ibu sampai dengan tempat pemakaman dan segala kebutuhan diantara keduanya". Kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan atas hukum untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen.

Di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri. Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsum. Di sisi lain, kondisi dan fenomena tersebut di atas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Atas dasar kondisi sebagaimana dipaparkan diatas, perlu upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integrative dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat.

Piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas. Di samping itu, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini dalam pelaksanaannya tetap memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan menengah. Hal ini dilakukan melalui upaya pembinaan dan penerapan sanksi atas pelanggarannya.

Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional bahwa pembangunan nasional termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah kenegaraan Republik Indonesia yaitu dasar negara Pancasila dan konstitusi negara Undang-Undang Dasar 1945. Disamping itu, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen pada dasarnya bukan merupakan awal dan akhir dari hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen, sebab sampai pada terbentuknya Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini telah ada beberapa undang-undang yang materinya melindungi kepentingan konsumen, seperti:

- Undang-undang Nomor 10 Tahun 1961 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang Nomor 1 Tahun 1961 tentang Barang, menjadi Undang-undang;
- Undang-undang Nomor 2 Tahun 1966 tentang Hygiene;
- Undang-undang Nomor 5 Tahun 1974 tentang Pokok-Pokok Pemerintahan di Daerah;

- Undang-undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal;
- Undang-undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan;
- Undang-undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian;
- Undang-undang Nomor 15 Tahun 1985 tentang Ketenagalistrikan;
- Undang-undang Nomor 1 Tahun 1987 tentang Kamar Dagang dan Industri
- Undang-undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan;
- Undang-undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Agreement Establishing The World

Penutup

Sertifikasi halal menjadi kewajiban negara untuk memproteksi hak-hak konsumen Muslim dari mengkonsumsi makanan, obat-obatan dan kosmetika yang berasal dari jenis dan zat yang haram. Oleh karena itu perlu regulasi yang lebih jauh dan tegas untuk dapat menjangkau hak-hak konsumen. Hal ini urgen untuk dilakukan mengingat tidak semua umat Muslim paham bahwa apa yang mereka konsumsi belumlah halal menurut hukum syariat. Disamping itu perlu juga untuk memberikan pemahaman, penegasan serta pengetahuan terhadap produsen untuk menjaga hak-hak konsumen Muslim. Sebagai negara dengan basis umat Islam terbesar di dunia sudah selainya para produsen lebih mementingkan tercapainya keamanan dan kenyamanan terhadap konsumen Muslim. Hal yang paling penting untuk diketahui bagi para produsen adalah bahwa sertifikasi dan labelisasi halal bukan hanya untuk keamanan bagi konsumen Muslim, melainkan juga memberikan keuntungan ekonomis bagi produsen. Sertifikasi dan labelisasi halal merupakan etika bisnis yang harus dijalankan oleh para produsen untuk melindungi hak-hak kaum Muslim di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Sumarwan,Ujang. 2004. *Perilaku Kunsumen: Teori Dan Penerapannya*. Bogor Selatan. Ghalia Indonesia.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung. Alfabeta.
- Apriyantono Anto, 2003, *Panduan Belanja Dan Konsumsi Halal*,Jakarta Selatan,Khairul Bayaan.

- Dewi Candra Diana, 2007, *Rahasia Di Balik Makan Haram*, Malang, UIN Malang press.
- Tambunan, Tulus, 2003, *Perekonomian Indonesia Beberapa Masalah Penting*, Jakarta, Ghalia Indonesia
- <http://www.muiproseshalal.com>
- Djakfar Muhammad, 2009, *Hukum Bisnis*, UIN Malang Press, Malang
- Direktorat Jenderal, 2003, *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi, Halal*, Jakarta, Departemen Agama
- Hakim, Lukmanul, *Labelisasi Halal sebagai Wujud Perlindungan Konsumen*, Makalah, Jakarta: Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, 2004.
- Hidayat, Mohamad, *An Intoduction The Sharia Economic Pengantar Ekonomi Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2010.
- Keraf, A. Sony, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius, 2005, Cet. VIII.
- Ma'luf, Louis, *Lisân al-'Arab*, Bayrût: al-Maktabah al-Kulliyah, t.th.
- Muhaimin, et.al., *Kawasan dan Wawasan Studi Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Mujahidin, Akhmad. "Etika Bisnis Dalam Islam (Analisis terhadap Aspek Moralitas Pelaku Bisnis)", dalam *Majalah Hukum Islam*, Vol. IV, No. 2 Desember 2005.
- Qaradhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Rivai, Veithzal dan Andi Buchari, *Islamic Economics Ekonomi Syariah Bukan OPSI, Tetapi SOLUSI!*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Rivai, Veithzal, Amiur Nuruddin, Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business And Economics Ethics Mengacu pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah Saw. dalam Bisnis, Keuangan dan Ekonomi*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012.
- Siagiaan, Sondang P., *Etika Bisnis*, Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo, 1996.
- Siddiqi, Nejatullah, *Kemitraan Usaha dan Bagi Hasil dalam Hukum Islam*, Jakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 1996.
- Suseno, Frans Magnis, *Etika Dasar: Masalah Pokok Filsafat Moral*, Yogyakarta: Kanisius, 1991, Cet. III.
- Syahathah, Husayn, Shiddîq Muhammad al-Amîn al-Dhâhir, *Transaksi dan Etika Bisnis Islam*. Terjemahan dari *Business Ethics in Islam & al-Gharar fî al-'Uqûd*

wa Atsâruhâ fî al-Thathbîq al-Mu'âshirah, penterjemah Saptomo Budi Satrio dan Fauziah, Jakarta: Visi Insani Publishing, 2005.

Tanjung, Mara Gandhi Prataman, *Penerapan Etika Bisnis Islam sebagai Perlindungan Konsumen pada Penjualan Makanan Berlabel Halal*, Skripsi, Medan: Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2009.