PARETO : Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik
Volume (8) Nomor (2), Desember 2025

USHUL FIQH SEBAGAI LANDASAN REKONSTRUKSI PARADIGMA KONSUMSI HALAL DAN BIJAK DALAM ERA EKONOMI MODERN

Aulia Rahmi[1] ● Mustofa Hasan[2] ● Dudang Gojali[3] ● Harmanto Raharjo[4] ● Alfarid Hilman[5]

Abstract

This study aims to reconstruct the paradigm of halal and wise consumption through the usul fiqh approach in responding to the dynamics of the modern economy. The research arises from the need to integrate the normative values of Islam with the increasingly complex and consumerist nature of contemporary consumption. This study employs a qualitative method with a library research approach, utilizing classical and contemporary literature in usul fiqh, Islamic economics, and consumption ethics. Data were analyzed using a descriptive-analytical method, emphasizing interpretation of the principles of al-ḥukmu al-syarʿī, maqāṣid al-syarī'ah, istiṣlāḥ, and qawā'id fiqhiyyah. The results indicate that usul fiqh functions not only as a method of legal derivation but also as an epistemological foundation for developing ethical, just, and sustainable consumption awareness. The proposed reconstruction model integrates normative, epistemological, axiological, and applicative dimensions to direct consumption toward individual and social welfare. Thus, the usul fiqh-based consumption paradigm strengthens Islamic economics as an ethical system responsive to global challenges while preserving spiritual and moral values in modern economic life.

Keywords: *Islamic economics, maqāṣid al-syarī'ah, normative, usul fiqh, wise consumption.*

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi modern telah membawa perubahan mendasar terhadap pola konsumsi masyarakat, termasuk dalam konteks kehidupan umat Islam (Hidayati, 2024). Konsumsi tidak lagi semata-mata dipahami sebagai aktivitas pemenuhan kebutuhan, tetapi juga sebagai representasi status sosial, identitas budaya, dan simbol gaya hidup yang dipengaruhi oleh arus globalisasi dan digitalisasi ekonomi (Parrey, 2022). Kondisi ini menimbulkan problem

Correspondence Author
UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Universitas Andalas
Email :
1. Auliarahmi3096@gmail.com
2. hasanbisri@uinsgd.ac.id,
3. harmantoraharjo07@gmail.com,
4. alfaridhilman548@gmail.com

©2025 Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH.

etis dan normatif karena sering kali nilai-nilai Islam mengenai keseimbangan (*tawāzun*), kehalalan (*ḥalāl*), dan kebijaksanaan (*ḥikmah*) dalam konsumsi terpinggirkan oleh dorongan materialisme dan hedonisme (Siti Raihanun & Andri Martiana, 2025). Akibatnya, terjadi pergeseran paradigma konsumsi dari orientasi maslahat menuju orientasi kepuasan instan. Dalam konteks inilah, penting untuk merekonstruksi kembali paradigma konsumsi halal dan bijak dengan menggunakan kerangka epistemologis *ushul fiqh*, agar mampu memberikan landasan normatif yang relevan dengan realitas ekonomi modern.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji konsumsi halal dan etika konsumsi dalam Islam, meskipun dengan pendekatan yang berbeda-beda. Astiwara (2023) menunjukkan bahwa perilaku konsumsi halal tidak hanya bergantung pada dimensi hukum, tetapi juga pada kesadaran spiritual dan tanggung jawab sosial konsumen Muslim (Astiwara, 2023). Sementara itu, Alam dkk (2025) menegaskan bahwa kesadaran halal di era modern merupakan hasil interaksi antara nilai keagamaan, identitas sosial, dan sistem ekonomi global yang kompetitif (Alam dkk., 2025). Penelitian Sholihah dkk (2025) menyoroti pentingnya memperluas pemahaman konsumsi halal ke dalam aspek keberlanjutan sosial dan lingkungan, bukan hanya pada aspek legal-formal halal-haram (Sholihah dkk., 2025). Dalam konteks *maqāṣid al-syarīʻah*, Hilme dan Raaffi (2024) berpendapat bahwa konsumsi bijak merupakan bentuk implementasi prinsip *ḥifẓ al-māl* (menjaga harta) dan *ḥifẓ al-nafs* (menjaga jiwa) melalui pengendalian diri terhadap perilaku *isrāf* (berlebihan) (Hilme & Raffi, 2024). Adapun Zaki (2022) menekankan perlunya pemanfaatan prinsip-prinsip *ushul fiqh* seperti *istiṣlāḥ* (kemaslahatan) dan *qawāʻid fiqhiyyah* untuk menilai perilaku konsumsi yang sesuai dengan konteks zaman (Zaki, 2021).

Meskipun demikian, kelima penelitian tersebut belum secara komprehensif mengintegrasikan *ushul fiqh* sebagai kerangka epistemologis utama dalam rekonstruksi paradigma konsumsi halal dan bijak pada era ekonomi modern. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada aspek perilaku konsumen atau penerapan prinsip *maqāṣid al-syarīʻah* secara normatif, tetapi belum menempatkan *ushul fiqh* sebagai alat metodologis untuk membangun paradigma baru konsumsi Islam yang responsif terhadap perubahan sosial-ekonomi. Keterkaitan antara dimensi hukum normatif (*al-ḥukmu al-syarʿī*) dan praktik konsumsi kontemporer masih bersifat parsial dan terfragmentasi. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan konseptual yang mampu menghubungkan nilai-nilai hukum Islam dengan dinamika ekonomi modern secara sistematis dan kontekstual.

Kesenjangan penelitian (*research gap*) tampak pada belum adanya model konseptual yang secara eksplisit menjadikan *ushul fiqh* sebagai fondasi epistemik untuk memahami dan menilai perilaku konsumsi modern. Kebanyakan kajian menempatkan *ushul fiqh* sebagai instrumen penetapan hukum yang bersifat tekstual, bukan sebagai metodologi dinamis yang dapat digunakan untuk membaca ulang fenomena konsumsi dalam kerangka maslahat dan keadilan sosial. Selain itu, fenomena ekonomi digital, e-commerce, dan gaya hidup instan belum banyak ditelaah dalam perspektif *ushuliyyah* yang menimbang aspek maslahat, maqasid, dan nilai moral dalam tindakan konsumsi. Celah inilah yang menjadi ruang bagi penelitian ini untuk mengembangkan kerangka konseptual yang lebih integratif antara nilai hukum Islam dan perilaku ekonomi kontemporer.

©2025 Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada upaya menyusun model rekonstruksi paradigma konsumsi halal dan bijak berbasis pendekatan *ushul fiqh*. Pendekatan ini menempatkan konsumsi bukan hanya sebagai kegiatan ekonomi, tetapi sebagai ekspresi kesadaran spiritual, moral, dan sosial yang dibimbing oleh prinsip-prinsip *maqāṣid al-syarī'ah* dan *qawā'id fiqhiyyah*. Melalui pendekatan *ushuliyyah*, paradigma konsumsi Islam direkonstruksi menjadi sistem berpikir yang adaptif terhadap modernitas tanpa kehilangan nilai-nilai syariat. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan model yang bersifat transformatif dan holistik, yang menggabungkan dimensi hukum, etika, dan kemaslahatan dalam satu kerangka epistemologis yang utuh.

Dampak penelitian ini diharapkan bersifat teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian ekonomi Islam dengan menjadikan *ushul fiqh* sebagai basis epistemologi yang dinamis dalam menjawab tantangan konsumsi modern. Secara praktis, model rekonstruksi yang dihasilkan dapat digunakan untuk membentuk perilaku konsumsi masyarakat Muslim yang berorientasi pada kemaslahatan, keadilan, dan keberlanjutan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat berkontribusi terhadap pengembangan kebijakan ekonomi Islam, pendidikan etika konsumsi, serta pembangunan kesadaran sosial yang berlandaskan nilai-nilai syariat dalam menghadapi arus kapitalisme global.

LANDASAN TEORI

Penelitian ini mengkaji paradigma konsumsi halal dan bijak dalam konteks ekonomi modern dengan menggunakan prinsip-prinsip ushul fiqh sebagai landasan epistemologis. Ushul fiqh, sebagai sistem metodologi dalam hukum Islam, memberikan kerangka bagi penetapan hukum terhadap perilaku konsumsi (Hidayat, 2025). Prinsip **al-ḥukmu al-syarʿī** (hukum syar'i), yang mengklasifikasikan tindakan berdasarkan status hukumnya—wajib, sunnah, mubah, makruh, atau haram—menjadi dasar untuk menilai perilaku konsumsi dalam Islam (Suhaimis dkk., 2025). Prinsip ini membantu memahami setiap tindakan konsumsi yang tidak hanya dilihat dari segi hukum, tetapi juga dari dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan.

Maqāṣid al-syarī'ah, yang berfokus pada pencapaian kemaslahatan dan pencegahan kerusakan, menjadi prinsip kunci dalam paradigma konsumsi Islam. Hal ini menekankan pentingnya tidak hanya mempertimbangkan halal-haram, tetapi juga manfaat sosial, keberlanjutan, dan kesejahteraan (Klongrua dkk., 2025). Penelitian sebelumnya oleh **Astiwara (2023)** dan **Alam dkk. (2025)** menunjukkan bahwa perilaku konsumsi halal tidak hanya dipengaruhi oleh aspek hukum, tetapi juga oleh kesadaran spiritual dan tanggung jawab sosial, meskipun penelitian tersebut belum mengintegrasikan prinsip ushul fiqh secara mendalam untuk membangun paradigma yang lebih sistematis dan kontekstual.

Selain itu, prinsip **istiṣlāḥ** (pertimbangan kemaslahatan), yang memungkinkan penetapan hukum berdasarkan maslahat, relevan dalam menghadapi fenomena konsumsi modern yang berkembang pesat, seperti e-commerce dan digital marketplace, yang sering kali belum dibahas secara eksplisit dalam teks klasik (Umam dkk., 2025). Prinsip **qawā'id**

©2025 Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH.

fiqhiyyah seperti **lā ḍarar wa lā ḍirār** (tidak boleh menimbulkan bahaya) memberikan panduan moral dalam menghindari konsumsi yang merugikan diri sendiri maupun orang lain, serta **al-'ādah muḥakkamah** (kebiasaan menjadi dasar hukum), yang memungkinkan penyesuaian norma konsumsi dengan budaya lokal (Alamudi dkk., 2025).

Gap penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk mengintegrasikan ushul fiqh sebagai kerangka konseptual yang menghubungkan nilai-nilai hukum Islam dengan dinamika ekonomi modern. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk membangun kerangka konseptual yang dapat menjawab tantangan konsumsi modern melalui pendekatan yang berbasis pada prinsip maqāṣid al-syarī'ah dan qawā'id fiqhiyyah.

Kerangka pikir penelitian ini didasarkan pada tiga dimensi utama: (1) **Dimensi normatif**, yang menekankan pada kepatuhan terhadap hukum halal-haram yang bersumber dari teks dan ijma' (konsensus); (2) **Dimensi etis**, yang mengutamakan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif yang berlebihan (isrāf); dan (3) **Dimensi sosial**, yang berfokus pada kesadaran dampak sosial dan lingkungan dari setiap keputusan konsumsi (Abdulhameed, 2021). Melalui integrasi ketiga dimensi ini, penelitian ini akan mengembangkan paradigma konsumsi yang tidak hanya halal, tetapi juga bijak, berkelanjutan, dan sesuai dengan prinsip keadilan sosial dalam ekonomi modern.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research). Pendekatan ini dipilih karena kajian difokuskan pada analisis konseptual dan normatif terhadap teks-teks keislaman dan teori ekonomi Islam yang relevan dengan tema konsumsi halal dan bijak dalam perspektif *ushul fiqh*.

Jenis data yang digunakan terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer meliputi karya-karya klasik *ushul fiqh* seperti *al-Mustaṣfā* karya al-Ghazālī, *al-Baḥr al-Muḥīṭ* karya al-Zarkashī, serta literatur kontemporer yang membahas *maqāṣid al-syarī'ah*, *qawā'id fiqhiyyah*, dan *al-ḥukmu al-syar'ī*. Data sekunder mencakup hasil-hasil penelitian, jurnal ilmiah, buku-buku ekonomi Islam, serta artikel konseptual yang membahas perilaku konsumsi dan etika ekonomi dalam konteks modern.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi, yaitu pengumpulan, pencatatan, dan penelaahan bahan-bahan pustaka yang relevan dengan fokus penelitian. Seluruh data dianalisis secara deskriptif-analitis dengan menekankan pada interpretasi tekstual dan kontekstual terhadap prinsip-prinsip *ushul fiqh* yang dapat diterapkan dalam paradigma konsumsi modern.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*) dengan pendekatan deduktif dan induktif. Pendekatan deduktif digunakan untuk menurunkan prinsip-prinsip umum *ushul fiqh* ke dalam konteks perilaku konsumsi, sedangkan pendekatan induktif digunakan untuk menarik makna konseptual baru dari fenomena konsumsi modern yang sesuai dengan nilai-nilai syariat.

©2025 Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Paradigma Konsumsi Halal dan Bijak dalam Konteks Ekonomi Modern

Perubahan struktur ekonomi global telah membawa dampak besar terhadap cara manusia memahami dan melakukan konsumsi. Di era modern, konsumsi tidak lagi sekadar aktivitas ekonomi untuk memenuhi kebutuhan dasar, melainkan telah menjadi sarana ekspresi diri, simbol status sosial, dan instrumen pembentukan identitas kultural (Parrey, 2022). Dalam konteks masyarakat Muslim, fenomena ini menghadirkan tantangan baru, yaitu bagaimana menjaga prinsip konsumsi yang halal dan bijak di tengah arus modernitas yang didorong oleh kapitalisme, digitalisasi, dan budaya materialistik. Paradigma konsumsi Islam yang berbasis nilai spiritual sering kali berbenturan dengan rasionalitas ekonomi modern yang berorientasi pada efisiensi dan profit (Sirajuddin & Nurmiati, 2021). Oleh karena itu, diperlukan rekonstruksi paradigma konsumsi yang mampu memadukan aspek normatif-hukum dengan konteks sosial-ekonomi kontemporer.

Secara terminologis, konsumsi halal dalam Islam tidak hanya berkaitan dengan status hukum halal-haram suatu produk, tetapi juga mencakup dimensi keadilan, keberlanjutan, dan kemaslahatan (*maslahah*). Al-Qur'an mengarahkan umat Islam untuk mengonsumsi yang halal dan *ṭayyib* (baik), sebagaimana dalam QS. al-Baqarah [2]:168, yang menegaskan perintah untuk mengonsumsi makanan yang halal lagi baik sebagai bentuk ketaatan kepada Allah (Dedi Mardianto & Irwan Misbach, 2025). Dengan demikian, paradigma konsumsi halal tidak berhenti pada aspek legalistik, tetapi juga mencakup aspek etis dan spiritual yang membentuk kepribadian Muslim sebagai konsumen yang bertanggung jawab. Prinsip ini sejalan dengan *maqāṣid al-syarī'ah*, khususnya *ḥifẓ al-nafs* (menjaga jiwa), *ḥifẓ al-māl* (menjaga harta), dan *ḥifẓ al-bi'ah* (menjaga lingkungan) (Nurholis, 2025).

Di sisi lain, konsep konsumsi bijak mengandung makna pengendalian diri (*i'tidāl*) dan kesadaran terhadap batasan kebutuhan. Islam menolak perilaku konsumtif yang berlebihan (*isrāf*) maupun pemborosan (*tabdhīr*), karena keduanya berpotensi menimbulkan ketimpangan sosial dan kerusakan moral (Fuadi dkk., 2024). Dalam konteks ekonomi modern yang dipenuhi dengan penetrasi iklan, promosi digital, dan gaya hidup instan, pengendalian diri menjadi komponen utama konsumsi bijak. Oleh karena itu, konsumsi bijak dalam Islam bukan hanya tindakan rasional secara ekonomi, tetapi juga tindakan moral yang memiliki nilai ibadah. Konsumen Muslim dituntut untuk menimbang setiap keputusan ekonomi berdasarkan keseimbangan antara kebutuhan materi dan tanggung jawab spiritual (Yuliani dkk., 2023).

Perkembangan ekonomi digital memperluas akses masyarakat terhadap berbagai produk dan jasa global, namun di sisi lain menciptakan tantangan baru dalam mempertahankan nilai konsumsi halal dan bijak. Platform e-commerce dan media sosial sering kali menormalisasi perilaku konsumtif yang tidak selaras dengan prinsip syariat. Dalam situasi ini, kesadaran *fiqhiyyah* menjadi penting untuk menilai bukan hanya halal-haram produk, tetapi juga dampak sosial dan lingkungan dari konsumsi tersebut. Misalnya, pembelian berlebihan tanpa pertimbangan kebutuhan termasuk dalam kategori *isrāf*, meskipun produk yang dibeli

©2025 Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH.

halal (Sazalia Naura Azzahra & Imsar Imsar, 2025). Maka, paradigma konsumsi Islam harus direorientasi dari sekadar kepatuhan hukum menuju kesadaran etik yang berlandaskan prinsip *maqāṣid al-syarī'ah*.

Dalam bingkai *ushul fiqh*, konsumsi halal dan bijak dapat dipahami sebagai aktivitas yang diatur oleh prinsip *al-ḥukmu al-syarʿī*, yaitu tuntunan hukum Allah yang mengatur perbuatan mukallaf. Prinsip ini mengajarkan bahwa setiap tindakan konsumsi memiliki konsekuensi moral dan hukum, baik dalam kategori wajib, sunnah, mubah, makruh, maupun haram (Hambari & Ayuniyyah, 2022). Dengan demikian, *ushul fiqh* memberikan perangkat metodologis untuk menimbang keputusan konsumsi berdasarkan dalil dan maqasid. Sebagai contoh, konsumsi barang mewah yang berlebihan dapat dikategorikan makruh atau haram jika menyebabkan pemborosan dan menimbulkan kesenjangan sosial, sedangkan konsumsi yang mendukung keberlanjutan ekonomi dan kesejahteraan publik dapat bernilai sunnah karena mengandung kemaslahatan (*maslahah 'āmmah*).

Lebih jauh, paradigma konsumsi halal dan bijak dalam ekonomi modern perlu diarahkan pada pembentukan kesadaran etik berbasis maqasid. Pendekatan *ushuliyyah* mengajarkan bahwa hukum Islam tidak bersifat kaku, tetapi kontekstual sesuai dengan perubahan zaman selama tidak menyalahi prinsip syariat. Oleh karena itu, rekonstruksi paradigma konsumsi harus memperhatikan tiga dimensi utama: (1) **Dimensi normatif**, yaitu kepatuhan terhadap ketentuan halal-haram yang bersumber dari nash dan ijma'; (2) **Dimensi etis**, yakni pengendalian diri terhadap dorongan nafsu konsumtif; dan (3) **Dimensi sosial**, yaitu kesadaran bahwa konsumsi berdampak pada keadilan distribusi dan keberlanjutan lingkungan (Abdulhameed, 2021).

Dengan memadukan ketiga dimensi tersebut, paradigma konsumsi Islam tidak lagi terbatas pada regulasi hukum, melainkan berkembang menjadi kerangka nilai yang membimbing perilaku ekonomi. Model ini sejalan dengan prinsip *maqāṣid al-syarī'ah* yang menekankan pemeliharaan lima kebutuhan dasar manusia (agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta) dalam semua aspek kehidupan, termasuk ekonomi. Dalam konteks modern, paradigma ini juga berfungsi sebagai bentuk *resistensi epistemologis* terhadap budaya konsumsi global yang mengabaikan nilai spiritual. Dengan demikian, konsumsi halal dan bijak tidak hanya menjadi kewajiban syariat, tetapi juga strategi moral untuk membangun keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan tanggung jawab ukhrawi (Hilme & Raffi, 2024).

Melalui pendekatan ini, paradigma konsumsi Islam di era ekonomi modern dapat direkonstruksi menjadi sistem nilai yang dinamis, kontekstual, dan berorientasi maslahat. Konsumsi tidak lagi sekadar aktivitas ekonomi, tetapi juga perwujudan kesadaran iman yang menegaskan bahwa setiap tindakan ekonomi adalah bagian dari ibadah. Dengan demikian, pendekatan *ushul fiqh* memberikan landasan normatif sekaligus metodologis untuk memahami dan mengarahkan perilaku konsumsi agar sejalan dengan prinsip keadilan, keseimbangan, dan keberlanjutan dalam kehidupan modern (Mas'ud dkk., 2025).

©2025 Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH.

2. Prinsip-Prinsip Ushul Fiqh sebagai Landasan Rekonstruksi Konsep Konsumsi Halal dan Bijak

Ushul fiqh merupakan fondasi epistemologis dalam sistem hukum Islam yang berfungsi menjelaskan metode penetapan hukum terhadap berbagai perbuatan manusia berdasarkan dalil-dalil syar'i. Dalam konteks perilaku konsumsi modern, prinsip-prinsip *ushul fiqh* berperan penting untuk menimbang, mengarahkan, dan menilai setiap bentuk konsumsi agar tetap berada dalam koridor *maqāṣid al-syarī'ah* (Hasanuddin & Tuan Muda, 2024). Rekonstruksi paradigma konsumsi halal dan bijak tidak dapat dilepaskan dari pemahaman mendalam terhadap perangkat metodologis yang ditawarkan *ushul fiqh*, karena disiplin ini memberikan keseimbangan antara teks (nash) dan realitas (wāqi') dalam proses penetapan hukum. Dengan demikian, *ushul fiqh* menjadi kerangka konseptual yang relevan untuk membangun etika konsumsi Islam yang responsif terhadap tantangan ekonomi modern (Harimawan & Sopingi, 2024).

Salah satu prinsip mendasar dalam *ushul fiqh* yang relevan dengan paradigma konsumsi halal dan bijak adalah **konsep al-ḥukmu al-syarʿī**. Hukum syar'i, menurut al-Amidi dan al-Ghazali, adalah khitab Allah yang berkaitan dengan perbuatan mukallaf dalam bentuk tuntutan, pilihan, atau penetapan (Ghazali dkk., 2018). Dalam konteks konsumsi, setiap tindakan individu harus dinilai berdasarkan status hukumnya: wajib, sunnah, mubah, makruh, atau haram. Misalnya, konsumsi barang halal yang mendukung kelangsungan hidup termasuk kategori wajib, sedangkan pemborosan atau konsumsi berlebihan dapat tergolong haram jika menimbulkan kerusakan harta atau kemudaratan sosial. Melalui klasifikasi hukum ini, *ushul fiqh* menuntun individu untuk tidak hanya berorientasi pada kepuasan ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan aspek moral dan sosial yang melekat pada setiap keputusan konsumsi (Jamallius & Meirison, 2025).

Prinsip kedua yang penting adalah **maqāṣid al-syarī'ah,** yakni tujuan-tujuan syariat yang dirumuskan untuk mewujudkan kemaslahatan (*jalb al-maṣlaḥah*) dan menolak kerusakan (*dar' al-mafsadah*) (Suganda, 2020). Dalam paradigma konsumsi, maqasid berperan sebagai instrumen evaluatif terhadap sejauh mana perilaku konsumsi mendukung pemeliharaan lima kebutuhan dasar manusia (*al-ḍarūriyyāt al-khams*): agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Konsumsi halal menjaga keberlangsungan kehidupan (*ḥifẓ al-nafs*) dan stabilitas ekonomi (*ḥifẓ al-māl*), sedangkan konsumsi bijak berfungsi sebagai bentuk pengendalian diri terhadap eksploitasi berlebihan yang dapat mengancam keseimbangan sosial dan lingkungan. Dengan demikian, maqasid menuntut agar konsumsi tidak hanya halal secara zat, tetapi juga maslahat secara sosial dan ekologis (Wahyudi dkk., 2021).

Prinsip berikutnya adalah **istiṣlāḥ (pertimbangan kemaslahatan),** yaitu metode istinbat hukum yang digunakan ketika tidak ditemukan nash spesifik mengenai suatu permasalahan, tetapi terdapat maslahat yang sesuai dengan semangat syariat. Dalam konteks ekonomi digital dan globalisasi konsumsi, banyak fenomena baru seperti *digital marketplace*, *influencer marketing*, dan *buy-now-pay-later* yang belum dibahas secara eksplisit dalam sumber hukum klasik (Umam dkk., 2025). Melalui pendekatan istiṣlāḥ, konsumsi dapat dinilai berdasarkan manfaat dan dampaknya terhadap kesejahteraan individu dan masyarakat.

©2025 Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH.

Misalnya, pembelian produk lokal yang mendukung ekonomi umat dapat dianggap sebagai bentuk maslahat, sedangkan konsumsi berlebihan yang menimbulkan hutang konsumtif termasuk mafsadah yang harus dihindari. Prinsip istiṣlāḥ ini menjadikan *ushul fiqh* fleksibel dan relevan dalam menghadapi perubahan zaman tanpa kehilangan nilai-nilai dasar syariat (Lestari dkk., 2025).

Selain itu**, qawā‘id fiqhiyyah (kaidah-kaidah hukum Islam)** juga berperan penting dalam membentuk perilaku konsumsi halal dan bijak. Kaidah seperti *lā ḍarar wa lā ḍirār* (tidak boleh menimbulkan bahaya bagi diri dan orang lain) menjadi dasar moral dalam menghindari konsumsi yang merugikan kesehatan atau lingkungan (Alamudi dkk., 2025). Kaidah *al-‘ādah muḥakkamah* (kebiasaan dapat menjadi dasar hukum) memungkinkan penerapan norma konsumsi Islam dalam konteks budaya dan gaya hidup modern, selama tidak bertentangan dengan prinsip syariat. Demikian pula, kaidah *al-mashaqqah tajlib al-taysīr* (kesulitan mendatangkan kemudahan) membuka ruang bagi fleksibilitas dalam pengambilan keputusan konsumsi, misalnya dalam kondisi ekonomi darurat atau keterbatasan akses terhadap produk halal. Dengan demikian, qawā‘id fiqhiyyah memberikan keseimbangan antara idealisme normatif dan realitas praktis dalam kehidupan ekonomi modern (Luthfah dkk., 2024).

Dalam konteks rekonstruksi paradigma, prinsip-prinsip *ushul fiqh* tersebut perlu diintegrasikan ke dalam model konseptual konsumsi yang berorientasi pada etika kemaslahatan. *Ushul fiqh* tidak hanya berfungsi sebagai metode penetapan hukum, tetapi juga sebagai epistemologi yang membentuk cara pandang Islam terhadap realitas sosial-ekonomi. Integrasi antara *al-ḥukmu al-syarʿī*, *maqāṣid al-syarī‘ah*, *istiṣlāḥ*, dan *qawā‘id fiqhiyyah* menghasilkan kerangka berpikir yang holistik: hukum sebagai pedoman normatif, maqasid sebagai orientasi nilai, istiṣlāḥ sebagai metodologi adaptif, dan qawā‘id sebagai panduan operasional. Melalui sinergi keempat prinsip ini, paradigma konsumsi Islam dapat dikonstruksi ulang agar mampu menjawab kompleksitas ekonomi modern yang sarat dengan isu etika, keberlanjutan, dan keadilan sosial (Umam dkk., 2025).

Dengan demikian, penerapan prinsip-prinsip *ushul fiqh* dalam konsumsi tidak hanya bertujuan memastikan kehalalan produk, tetapi juga membentuk kesadaran moral dan spiritual konsumen Muslim. Pendekatan ini menegaskan bahwa konsumsi dalam Islam adalah bagian dari ibadah yang harus diarahkan untuk mencapai kemaslahatan universal (*al-maṣlaḥah al-‘āmmah*). Dalam kerangka ini, *ushul fiqh* menjadi fondasi rekonstruksi paradigma konsumsi halal dan bijak yang kontekstual, dinamis, dan tetap berakar pada nilai-nilai syariat. Model pemikiran ini diharapkan mampu memperkuat posisi ekonomi Islam sebagai sistem etika global yang tidak hanya menekankan aspek hukum, tetapi juga keseimbangan antara kebutuhan materi, moralitas, dan keberlanjutan kehidupan (Mas’ud dkk., 2025).

3. Model Rekonstruksi Paradigma Konsumsi Halal dan Bijak Berbasis Ushul Fiqh

Rekonstruksi paradigma konsumsi halal dan bijak berbasis *ushul fiqh* merupakan upaya integratif antara prinsip-prinsip hukum Islam dan dinamika sosial-ekonomi modern. Proses rekonstruksi ini bertujuan menggeser orientasi konsumsi dari sekadar aktivitas ekonomi

©2025 Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH.

menuju kesadaran etik dan spiritual yang berlandaskan *maqāṣid al-syarī'ah*. Dalam konteks ekonomi global yang ditandai oleh kapitalisme konsumtif, perilaku konsumsi umat Islam sering kali terjebak pada logika pasar, di mana nilai spiritual tergeser oleh nilai utilitarian (Zaimsyah & Herianingrum, 2019). Oleh karena itu, paradigma baru diperlukan untuk menyeimbangkan antara dimensi material dan moral, sehingga konsumsi tidak hanya halal secara zat, tetapi juga bijak secara prinsip.

Model rekonstruksi ini dibangun melalui empat dimensi utama**: dimensi normatif, dimensi epistemologis, dimensi aksiologis,** dan **dimensi aplikatif**. Dimensi normatif berpijak pada *al-ḥukmu al-syar'ī* sebagai kerangka hukum yang menilai setiap tindakan konsumsi berdasarkan tuntunan syariat. Dalam dimensi ini, hukum tidak sekadar mengatur halal-haram secara tekstual, tetapi juga menimbang aspek maslahat dan mafsadah yang terkandung dalam aktivitas konsumsi. Misalnya, konsumsi produk halal yang dihasilkan melalui eksploitasi lingkungan tetap perlu dikaji kembali, karena bertentangan dengan prinsip *lā ḍarar wa lā ḍirār* (tidak boleh menimbulkan bahaya) (Wahyudi dkk., 2021). Dengan demikian, norma hukum Islam diarahkan untuk menegakkan keseimbangan antara hak individu dan tanggung jawab sosial.

Dimensi epistemologis dalam model ini bertumpu pada *maqāṣid al-syarī'ah* sebagai orientasi nilai. *Maqāṣid* menegaskan bahwa tujuan syariat tidak berhenti pada legalitas formal, melainkan pada tercapainya kemaslahatan komprehensif (*jalb al-maṣlaḥah wa dar' al-mafsadah*). Dalam paradigma konsumsi, maqasid memandu individu agar setiap keputusan konsumsi mendukung pemeliharaan kebutuhan pokok manusia (*al-ḍarūriyyāt al-khams*), seperti pelestarian harta (*ḥifẓ al-māl*), akal (*ḥifẓ al-'aql*), dan lingkungan hidup (*ḥifẓ al-bi'ah*) (Abdulloh Munir & Kusnadi, 2024). Pendekatan ini memungkinkan rekonstruksi konsumsi yang tidak hanya halal, tetapi juga berkelanjutan, ekologis, dan adil secara sosial. Oleh karena itu, maqasid menjadi basis etis bagi transformasi perilaku konsumen Muslim menuju kesadaran konsumsi yang berorientasi maslahat.

Selanjutnya, dimensi aksiologis berfokus pada *istiṣlāḥ* dan *qawā'id fiqhiyyah* sebagai instrumen fleksibilitas hukum. Melalui pendekatan *istiṣlāḥ*, aktivitas konsumsi dapat dievaluasi dengan mempertimbangkan maslahat kontekstual tanpa mengabaikan nilai-nilai syariat. Misalnya, perkembangan teknologi finansial syariah atau sistem *cashless payment* dapat dinilai sebagai maslahat karena mempermudah transaksi dan mengurangi praktik ribawi, selama tidak menimbulkan *gharar* (ketidakjelasan) (Masnita dkk., 2021). Di sisi lain, *qawā'id fiqhiyyah* seperti *al-'ādah muḥakkamah* (kebiasaan menjadi dasar hukum) memberikan ruang bagi penyesuaian norma konsumsi sesuai konteks budaya lokal. Kaidah ini penting dalam membentuk gaya hidup halal yang kontekstual, tidak eksklusif, dan tetap adaptif terhadap perubahan zaman. Dengan demikian, dimensi aksiologis menegaskan bahwa *ushul fiqh* tidak bersifat kaku, melainkan dinamis dan progresif (Desmuliati dkk., 2025).

Adapun dimensi aplikatif menekankan penerjemahan prinsip-prinsip *ushul fiqh* ke dalam praktik sosial dan kebijakan ekonomi. Dalam tataran individu, paradigma konsumsi halal dan bijak menuntut adanya literasi fiqh konsumsi yang menumbuhkan kesadaran spiritual terhadap setiap keputusan ekonomi. Konsumen Muslim perlu memahami bahwa memilih

©2025 Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH.

produk bukan hanya persoalan harga dan kualitas, tetapi juga moralitas dan keberlanjutan. Dalam tataran sosial, lembaga ekonomi Islam dapat mengimplementasikan model ini melalui sertifikasi halal yang berbasis etika produksi, bukan hanya verifikasi bahan. Di tingkat kebijakan publik, pemerintah dan otoritas keuangan syariah dapat mengadopsi prinsip maqasid sebagai kerangka regulasi ekonomi berkeadilan dan ramah lingkungan (Putra & Ambariyanto, 2024). Dengan demikian, rekonstruksi ini mendorong sinergi antara individu, institusi, dan negara dalam mewujudkan tatanan konsumsi Islam yang holistik.

Secara konseptual, model rekonstruksi berbasis *ushul fiqh* ini mengusulkan adanya transformasi nilai dari paradigma konsumsi konvensional menuju paradigma konsumsi *maslahah-oriented*. Paradigma lama menempatkan konsumsi sebagai alat pemenuhan keinginan, sedangkan paradigma baru memandang konsumsi sebagai bagian dari tanggung jawab moral dan spiritual. Transformasi ini menghasilkan tiga orientasi utama: (1) **etika kehalalan**, yakni kepatuhan terhadap hukum syar‘i; (2) **etika kemaslahatan**, yakni pertimbangan manfaat sosial dan ekologis; serta (3) **etika keberlanjutan**, yakni kesadaran terhadap dampak jangka panjang perilaku konsumsi terhadap keseimbangan alam dan generasi mendatang (Wiaam dkk., 2024). Integrasi ketiga etika ini menjadi inti dari paradigma konsumsi Islam kontemporer yang berkeadilan dan berkelanjutan.

Dengan demikian, model rekonstruksi ini menegaskan bahwa *ushul fiqh* tidak hanya relevan untuk menjawab persoalan hukum formal, tetapi juga sebagai kerangka etik dan filosofis dalam membangun sistem ekonomi Islam yang berkelanjutan. Pendekatan ini memadukan kekuatan normatif teks dengan dinamika empiris realitas, sehingga menghasilkan paradigma konsumsi yang adaptif terhadap perubahan tetapi tetap berakar pada nilai syariat. Dalam konteks ekonomi modern, model ini diharapkan menjadi dasar pengembangan kebijakan, pendidikan konsumen, dan inovasi ekonomi Islam yang meneguhkan integrasi antara hukum, moralitas, dan keberlanjutan hidup manusia.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa rekonstruksi paradigma konsumsi halal dan bijak melalui pendekatan *ushul fiqh* merupakan kebutuhan mendesak dalam menghadapi tantangan ekonomi modern. Prinsip-prinsip dasar *ushul fiqh* — seperti *al-ḥukmu al-syarʿī*, *maqāṣid al-syarī‘ah*, *istiṣlāḥ*, dan *qawā‘id fiqhiyyah* — memberikan landasan konseptual yang kuat untuk menilai dan membimbing perilaku konsumsi agar selaras dengan nilai-nilai syariat dan kemaslahatan publik. Paradigma ini mengubah orientasi konsumsi dari sekadar pemenuhan keinginan material menuju praktik etis yang mempertimbangkan keberlanjutan sosial, ekonomi, dan lingkungan.

Dengan mengintegrasikan dimensi normatif, epistemologis, aksiologis, dan aplikatif, *ushul fiqh* berfungsi bukan hanya sebagai instrumen hukum, tetapi juga sebagai epistemologi moral dalam membentuk kesadaran konsumsi yang bertanggung jawab. Model ini menawarkan kerangka berpikir baru yang relevan untuk pengembangan ekonomi Islam berbasis etika dan keberlanjutan. Oleh karena itu, rekonstruksi paradigma konsumsi halal dan bijak berbasis *ushul*

©2025 Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH.

fiqh tidak hanya memperkuat spiritualitas individu, tetapi juga berkontribusi pada terwujudnya tatanan ekonomi Islam yang adil, berkelanjutan, dan berorientasi pada kemaslahatan universal.

Saran

Penelitian ini merekomendasikan agar penguatan paradigma konsumsi halal dan bijak berbasis *ushul fiqh* diimplementasikan melalui pendidikan ekonomi Islam, literasi halal, dan kebijakan publik yang berorientasi pada *maqāṣid al-syarī'ah*. Lembaga pendidikan dan otoritas halal perlu mengintegrasikan nilai-nilai *ushul fiqh* dalam kurikulum dan sertifikasi, sehingga konsumen Muslim tidak hanya memahami aspek legal, tetapi juga etika dan kemaslahatan konsumsi. Selain itu, penelitian lanjutan disarankan mengeksplorasi penerapan model ini pada praktik bisnis dan keuangan syariah untuk memperkuat dampak sosial-ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdulhameed, N. M. (2021). Ethical Dimension of Maqasid al-Shari'ah and its Implication to Human Capital Development. *IJISH (International Journal of Islamic Studies and Humanities)*, *4*(1), 20. https://doi.org/10.26555/ijish.v4i1.2621

Abdulloh Munir, & Kusnadi, K. (2024). Maintaining the Social Environment: Urgency and Principles in Maqasid Al-Shariah. *Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman*, *35*(2), 303–320. https://doi.org/10.33367/tribakti.v35i2.5417

Alam, A., Fuadati, A. R., Fathma, A., Nordin, N., & Ullah, I. (2025). Halal Awareness In Contemporary Muslim Societies: A Systematic Review of Scopus-Indexed Studies. *Journal of Fatwa Management and Research*, *30*(3), 215–238. https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol30no3.707

Alamudi, I. A., Suriyadi, S., Utami, M. A., & Ramadhani, S. R. (2025). Studi Qawaid Fiqhiyyah: Aspek Ibadat dan Muamalat dalam Kaidah La Dharara Wa La Dhirar. *Qonun Iqtishad EL Madani Journal*, *4*(1), 21–28. https://doi.org/10.55438/jqim.v4i1.140

Astiwara, E. M. (2023). Halal Consumption Behavior of Muslim Millennials: Between Religiosity, Identity, and Digitalization. *ENDLESS: INTERNATIONAL JOURNAL OF FUTURE STUDIES*, *6*(3), 411–429. https://doi.org/10.54783/endlessjournal.v6i3.326

Dedi Mardianto & Irwan Misbach. (2025). Konsumsi dalam Metafora Maqāṣid Al-Syarī'ah. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah*, *3*(2), 118–131. https://doi.org/10.59059/jupiekes.v3i2.2389

Desmuliati, M., Ramadhan, M. F., Afriyandi, M., Ridwan, M., Nur, S., & Hidayanti, S. (2025). Kajian tentang Penerapan Kaidah Fiqhiyyah al-'Adatu Muhakkamah dalam Berbagai Aspek Kehidupan. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, *5*(1), 92–101. https://doi.org/10.58707/jipm.v5i1.1149

Fuadi, F., Zulkarnain, Z., Boihaqi, B., & Ibrahim, M. S. R. (2024). Israf and Tabzir in Tafsir Al-Misbah: The Understanding of Pidie Jaya Community Leaders and Its Implications

©2025 Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH.

for Consumption in Aceh. *TAFSE: Journal of Qur'anic Studies*, *9*(2), 189. https://doi.org/10.22373/tafse.v9i2.28851

Ghazali, M. A., Ḥammād, A. Z. M., & Thaqafah, D. U. (2018). *Al Mustasfa Min Ilm Al Usul: On Legal Theory of Muslim Jurispudence* (Nomor v. 1). CreateSpace Independent Publishing Platform. https://books.google.co.id/books?id=lnJAuQEACAAJ

Hambari, H., & Ayuniyyah, Q. (2022). Pemisahan Maqashid Syariah dari Ilmu Ushul Fiqh dan Pengaruhnya Pada Penetapan Hukum Islam Kontemporer. *Mizan: Journal of Islamic Law*, *6*(1), 11. https://doi.org/10.32507/mizan.v6i1.1200

Harimawan, D., & Sopingi, I. (2024). DIMENSI KEILMUAN USHUL FIQH DALAM INTELERASI WAHYU DAN LOGIKA: KAIDAH DAN PENERAPANNYA. *Jurnal Al-Wasith : Jurnal Studi Hukum Islam*, *9*(2), 70–79. https://doi.org/10.52802/wst.v9i2.1324

Hasanuddin, I., & Tuan Muda, T. S. (2024). HUBUNGAN MAQASID SYARIAH, USUL FIQH & QAWAED FIQHIYYAH DALAM PENETAPAN HUKUM FEKAH SEMASA: ANALISIS BEBERAPA PANDANGAN HUKUM DAN FATWA TERPILIH DALAM ISU-ISU HALAL: The Relationship of Maqasid Shariah, Usul Fiqh & Qawaed Fiqhiyyah in the Determination of Contemporary Islamic Law: Analysis on Selected Islamic Rulings and Fatwa in Halal Issues. *International Journal of Humanities Technology and Civilization*, 167–176. https://doi.org/10.15282/ijhtc.v9i2.11664

Hidayat, E. (2025). The Concept of Taghyir in Al-Bazdawi's Usul al-Fiqh and Its Relevance to Contract Law in the Compilation of Islamic Economic Law in Indonesia. *International Journal of Fiqh and Usul al-Fiqh Studies*, *9*(1), 91–104. https://doi.org/10.31436/ijfus.v9i1.362

Hidayati, A. N. (2024). CONSUMPTION BEHAVIOR OF MODERN MUSLIM SOCIETIES VIEWED FROM THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC ECONOMICS. *International Journal of Multidisciplinary Research and Literature*, *3*(5), 528–538. https://doi.org/10.53067/ijomral.v3i5.249

Hilme, S. I., & Raffi, R. M. (2024). Maqasid Approach and Shariah Rules Towards Halal Industry. *Journal of Halal Science, Industry, and Business*, *2*(2), 1–14. https://doi.org/10.31098/jhasib.v2i2.2691

Jamallius, R., & Meirison, M. (2025). Fiqih, Ushul Fiqih dan Penetapan Hukum Islam. *Baitul Hikmah: Jurnal Ilmiah Keislaman*, *2*(2), 113–125. https://doi.org/10.46781/baitul_hikmah.v2i2.1190

Klongrua, S., Umuri, K., & Muftahuddin, M. (2025). Maqasid al-Shariah and Environmental Sustainability: An Islamic Economic Perspective. *International Journal of Kita Kreatif*, *2*(1). https://doi.org/10.24815/ijkk.v2i1.44790

Lestari, Rr. H. S., Damayanti, A. K., & Masuwd, M. A. (2025). Optimising Societal Welfare: The Strategic Role of Maqashid Shariah and Maslahah in Contemporary Islamic

©2025 Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH.

Economics and Business. *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman*, *11*(1), 20–40. https://doi.org/10.35309/alinsyiroh.v11i1.363

Luthfah, A., Makhzuniyah, M., Romlah, S., & Yusuf, A. (2024). Innovation in Fiqh Learning through the Implementation of the Al-Qawaid Fiqhiyyah. *Al-Mudarris (Jurnal Ilmiah Pendidikan Islam)*, *7*(2), 119–132. https://doi.org/10.23971/mdr.v7i2.8914

Masnita, Y., Rasyawal, M., & Yusran, H. L. (2021). Halal Transaction: Implication For Digital Retail By Using Financial Technology. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(1), 16. https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1492

Mas'ud, I., Fahmi, A. A., & Saputra, A. (2025). Dynamics of Islamic Legal Theory (Ushul al-Fiqh) toward Addressing Challenges of Halal Products in the 21st Century. *International Journal of Islamic Thought and Humanities*, *4*(1), 88–105. https://doi.org/10.54298/ijith.v4i1.403

Nurholis, M. (2025). Islamic Law and Environmental Sustainability: Maqasid al-Sharia's Perspective. *Jurnal Mediasas: Media Ilmu Syari'ah dan Ahwal Al-Syakhsiyyah*, *8*(3), 541–548. https://doi.org/10.58824/mediasas.v8i3.413

Parrey, I. (2022). Consumer Culture and the Question of Identity: A Response Based On Maqasid al-Shari'ah Theory. *ICR Journal*, *13*(2), 95–118. https://doi.org/10.52282/icr.v13i2.885

Putra, I. A., & Ambariyanto, A. (2024). Analisis Dampak Sertifikasi Produk Halal Terhadap Kegiatan Ekonomi dan Sosial. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, *5*(7), 3408–3425. https://doi.org/10.47467/elmal.v5i7.2649

Sazalia Naura Azzahra & Imsar Imsar. (2025). Perilaku Konsumtif Muslim di Era E-Commerce: Tinjauan Etika Konsumsi dalam Perspektif Islam. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, *3*(3), 217–225. https://doi.org/10.59841/excellence.v3i3.3287

Sholihah, E., Ariyani, D., Zaenuri, A., & Ulwiyyah, U. (2025). Personal and social drivers of eco-halal consumption: The role in ensuring halal industry sustainability. *International Journal of Halal Industry*, *1*(2), 165–180. https://doi.org/10.20885/IJHI.vol1.iss2.art4

Sirajuddin, S., & Nurmiati, N. (2021). Consumerism and Rationality Against Cultural Influence. *Laa Maisyir : Jurnal Ekonomi Islam*, *8*(2), 135. https://doi.org/10.24252/lamaisyir.v8i2.23161

Siti Raihanun & Andri Martiana. (2025). Prilaku Komsumsi Terhadap Nilai-Nilai Islam. *Al-Qardhu*, *4*(1), 73–82. https://doi.org/10.37216/alqardhu.v4i1.2683

Suganda, A. (2020). Urgensi dan Tingkatan Maqashid Syari'ah dalam Kemaslahatan Masyarakat. *Jurnal At-Tadbir : Media Hukum dan Pendidikan*, *30*(1), 1–16. https://doi.org/10.52030/attadbir.v30i01.28

Suhaimis, S., Saifullah, S., Kamal, T., Asmaret, D., & Julhadi, J. (2025). Comprehensive Analysis of Al-Ahkam Al-Khomsah: Islamic Law Perspective and Contemporary

©2025 Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH.

Implementation. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)*, *5*(1), 113–121. https://doi.org/10.52121/ijessm.v5i1.600

Umam, S., Maulana, K., Hidayati, N. L., & Ahmad, Z. I. (2025). ANALISIS KAIDAH USHUL FIQH DALAM MENYIKAPI INOVASI PRODUK EKONOMI DIGITAL SYARIAH. *TIJAROTANA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, *6*(01). https://doi.org/10.64454/tj.v6i01.91

Wahyudi, R., Mutmainah, L., & Ali, M. B. (2021). Halal food based on maqâshid al-syarî'ah perspective. *Journal of Halal Science and Research*, *2*(2), 43–50. https://doi.org/10.12928/jhsr.v2i2.3778

Wiaam, I., Nisa', K., & Thia Anggraeni, S. (2024). Islamic Ethics and Values in the Shopee Affiliate Program: Qawaid Fiqhiyyah Approach. *Demak Universal Journal of Islam and Sharia*, *2*(03), 333–346. https://doi.org/10.61455/deujis.v2i03.193

Yuliani, I., Amin, M., & Savitrah, R. M. (2023). Young Muslim Consumer Behavior on Digital Platform: What can be Learned for Developing Halal Product? *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, *7*(2), 144. https://doi.org/10.30983/es.v7i2.7576

Zaimsyah, A. M., & Herianingrum, S. (2019). TINJAUAN MAQASHID SYARIAH TERHADAP KONSUMSI. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, *5*(1), 22–33. https://doi.org/10.36420/ju.v5i1.3638

Zaki, M. (2021). Kedudukan Fikih, Ushul Fiqh dan al-Qawaid al-Fiqhiyyah dalam Sistem Ekonomi Syari'ah. *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan dan Manajemen Syariah*, *1*(1), 32–47. https://doi.org/10.51311/istikhlaf.v1i1.289

©2025 Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH.