

ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP DISTRIBUSI MINUMAN PRE-WORKOUT TANPA LABEL HALAL DI KOMUNITAS FITNESS

Putri Mutiya¹, Rahmatul Huda², Umi Hani³
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Studi Islam,
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, Indonesia

Email : mutiyaelsaputri@gmail.com¹, hoeda.errahmah@gmail.com²

Received : Aug 24 th 2025	Revised : Sep 22 th 2025	Accepted : Jan 31 th 2026
--------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------------

ABSTRACT

The fitness industry has experienced rapid growth alongside the increasing public awareness of the importance of a healthy lifestyle. One of the most popular products among fitness communities is pre-workout beverages, which are claimed to enhance energy and performance during exercise. However, the distribution of these products generally lacks halal certification, raising concerns among Muslim consumers regarding the permissibility of their consumption. Based on this issue, this study addresses two main research questions: (1) How are non-halal-certified pre-workout beverages distributed within fitness communities? and (2) How does Islamic Economic Law analyze the distribution of pre-workout beverages without halal certification? The purpose of this study is to examine the distribution practices of non-halal-certified pre-workout beverages within fitness communities and to analyze the provisions of Islamic Economic Law related to the distribution of products without halal labels. This research employs a qualitative method through interviews and literature review. The findings reveal that non-halal certified pre-workout products are widely distributed through both physical stores and online marketplaces. Most of these products are imported, featuring English language labels and lacking halal certification from the Indonesian Ulema Council (MUI). Additionally, the study found low awareness among both Muslim consumers and business actors regarding the importance of halal certification. From the perspective of Islamic Economic Law, such distribution practices potentially violate the principles of halal and thayyib. Therefore, this study recommends the need for increased education, stricter regulations, and active involvement of halal certification bodies to ensure consumer protection in the fitness sector.

Keywords: *Sharia Economic Law, Pre-Workout Beverages, Halal Label, Fitness Community, Halal Product Distribution*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kebugaran menunjukkan peningkatan yang sejalan dengan tumbuhnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh. Dalam praktiknya, minuman pre-workout menjadi salah satu produk yang cukup populer di kalangan komunitas fitness karena dipercaya mampu menunjang energi dan performa saat berolahraga. Kendati demikian, tidak semua produk tersebut memiliki label halal, sehingga

menimbulkan keraguan tersendiri bagi konsumen Muslim yang ingin memastikan bahwa produk yang dikonsumsi sesuai dengan ketentuan syariat Islam (Mariana, 2020).

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, setiap produk konsumsi dituntut memenuhi prinsip halal dan thayyib, yang mencakup aspek kehalalan secara hukum Islam serta keamanan dan manfaat bagi kesehatan. Peredaran minuman pre-workout tanpa label halal memunculkan persoalan karena adanya potensi kandungan bahan

yang belum jelas status kehalalannya. Kondisi ini diperparah dengan masih terbatasnya kepedulian terhadap aspek kehalalan di lingkungan komunitas fitness, serta pengawasan yang belum optimal terhadap produk, khususnya yang berasal dari impor (Hidarya, 2024).

Fenomena tersebut mendorong perlunya kajian hukum ekonomi syariah untuk menelaah bagaimana ketentuan Islam memandang distribusi dan konsumsi minuman pre-workout yang belum bersertifikat halal. Analisis ini menjadi penting untuk memahami dampak praktik tersebut terhadap konsumen Muslim yang aktif dalam dunia kebugaran. Penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai keabsahan produk tersebut menurut hukum Islam sekaligus menjadi rujukan bagi komunitas fitness dalam memilih produk yang sejalan dengan prinsip syariah (Hidarya, 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan penelitian difokuskan pada masih maraknya peredaran dan konsumsi minuman pre-workout tanpa label halal, rendahnya pemahaman konsumen terkait pentingnya sertifikasi halal, serta faktor-faktor yang memengaruhi pilihan konsumsi seperti ketersediaan dan manfaat yang dirasakan. Ruang lingkup kajian dibatasi pada analisis hukum dan etika syariah atas distribusi serta konsumsi produk tersebut, termasuk upaya yang dapat dilakukan untuk mendorong penggunaan minuman pre-workout yang sesuai dengan prinsip halal dalam komunitas fitness pada wilayah penelitian yang ditentukan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : 1) Mengetahui praktek distribusi minuman pre-workout tanpa label halal di komunitas fitness, dan; 2) Menganalisis ketentuan Hukum Ekonomi Syariah terkait distribusi produk konsumsi tanpa label halal.

TINJAUAN PUSTAKA

Hukum Jual Beli dalam Islam

Konsep jual beli dalam Islam memiliki dasar bahasa dan istilah yang cukup luas. Secara kebahasaan, jual beli dipahami sebagai aktivitas saling menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain, sedangkan dalam istilah syariah dimaknai sebagai pertukaran harta dengan harta melalui akad yang dibenarkan. Dalam literatur fikih, jual beli dikenal dengan istilah *al-bay'*, yang menunjukkan adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli atas suatu barang dengan harga tertentu. Pengertian ini menekankan adanya kerelaan kedua belah pihak dalam memindahkan hak kepemilikan, sehingga transaksi berlangsung secara sah dan adil sesuai ketentuan Islam (Hasan, 2003; Hadi, 2021).

Pembahasan mengenai jual beli juga dijelaskan dalam kitab *Fathul Qarib al-Mujib* yang menguraikan makna *al-bay'* dari dua sisi. Secara etimologis, *al-bay'* dipahami sebagai proses tukar-menukar barang, termasuk bentuk barter yang dikenal dalam kehidupan sehari-hari. Sementara secara terminologis, jual beli dimaknai sebagai akad yang memberikan hak kepemilikan suatu barang atau manfaat dengan adanya imbalan tertentu melalui mekanisme pertukaran yang sah. Pemahaman ini menunjukkan bahwa jual beli bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan sebuah perikatan hukum yang melahirkan konsekuensi hak dan kewajiban bagi para pihak yang berakad (Alhas, 2013).

Landasan hukum jual beli dalam Islam bersumber dari Al-Qur'an, hadis, dan kesepakatan para ulama. Salah satu ayat yang sering dijadikan rujukan adalah QS. An-Nisaa' ayat 29 yang menegaskan larangan memakan harta orang lain dengan cara yang batil serta membolehkan transaksi yang dilakukan atas dasar suka sama suka. Ayat ini memberi penegasan bahwa praktik ekonomi harus terhindar dari unsur riba, maisir, dan gharar, karena ketiga unsur tersebut bertentangan dengan prinsip keadilan dan kepastian hukum dalam muamalah. Selain itu, QS. Al-Baqarah

ayat 282 juga memberikan penekanan pada pentingnya kejelasan dan pembuktian dalam transaksi jual beli, agar tidak menimbulkan sengketa di kemudian hari (Djuwaini, 2008).

Agar jual beli dinilai sah menurut syariat, para ulama menetapkan rukun dan syarat yang harus dipenuhi. Rukun tersebut meliputi akad atau ijab qabul, subjek yang berakad, objek jual beli, serta adanya nilai tukar sebagai pengganti barang. Akad dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti lisan, tulisan, isyarat, perbuatan saling menyerahkan, atau sikap yang menunjukkan persetujuan. Subjek akad harus memenuhi syarat kecakapan hukum, sementara objek jual beli wajib suci, bermanfaat, dimiliki secara sah, diketahui dengan jelas, serta dapat diserahkan. Nilai tukar juga harus berfungsi sebagai penyimpan nilai, alat ukur, dan media pertukaran. Pemenuhan unsur-unsur tersebut mencerminkan upaya Islam dalam menjaga keadilan, kepastian, dan kemaslahatan dalam setiap transaksi ekonomi (Shobirin, 2015).

Teori Distribusi dalam Islam

Distribusi dalam perspektif ekonomi Islam dipahami sebagai bagian penting dari pengelolaan kekayaan dan faktor-faktor produksi yang beredar di tengah masyarakat. Distribusi tidak sekadar berkaitan dengan penyaluran barang dan jasa, melainkan juga menyangkut pengaturan kepemilikan serta pemanfaatan sumber daya agar tidak terkonsentrasi pada kelompok tertentu. Tujuan utamanya ialah menjaga keseimbangan sosial dengan menekan kesenjangan pendapatan dan kekayaan. Ketimpangan ekonomi yang terlalu tajam berpotensi menumbuhkan rasa iri, ketegangan sosial, hingga konflik antarindividu, sehingga Islam memandang distribusi yang adil sebagai sarana menjaga keharmonisan kehidupan bermasyarakat. Meski demikian, Islam tetap mengakui adanya perbedaan kepemilikan harta antarindividu sebagai bagian dari

dinamika kehidupan sosial (Shobirin, 2015; Nur Fadilah, 2020).

Prinsip distribusi dalam sistem ekonomi Islam dibangun di atas sejumlah nilai dasar, salah satunya adalah larangan riba dan gharar. Larangan ini dimaksudkan untuk melindungi para pihak dalam aktivitas ekonomi dari praktik yang merugikan dan tidak seimbang. Ruslan menjelaskan bahwa riba dan gharar cenderung menciptakan keuntungan sepihak, sementara pihak lain berada dalam posisi dirugikan atau tidak memperoleh kepastian haknya. Praktik semacam ini bertentangan dengan nilai keadilan yang dijunjung tinggi dalam muamalah Islam. Selain itu, keadilan dalam distribusi juga menuntut adanya kesempatan yang sama bagi setiap anggota masyarakat untuk mengakses sumber daya ekonomi, sehingga pembagian pendapatan dapat berlangsung secara proporsional dan dapat diterima secara moral maupun sosial (Nur Fadilah, 2020).

Konsep kepemilikan dalam ekonomi Islam turut menjadi fondasi penting dalam pembahasan distribusi. Islam mengakui hak individu atas harta yang dimilikinya, selama diperoleh melalui cara yang halal dan sesuai dengan ketentuan syariat. Kepemilikan harta dipandang sebagai amanah yang melekat dengan tanggung jawab sosial, sehingga penggunaannya diharapkan memberi manfaat tidak hanya bagi pemilik, tetapi juga bagi lingkungan sekitarnya. Dalam kerangka ini, kebijakan distribusi yang diterapkan dalam sistem ekonomi Islam diarahkan pada penciptaan keseimbangan ekonomi, perlindungan kelompok lemah, serta pengurangan kesenjangan sosial. Nilai kemaslahatan umat menjadi orientasi utama agar aktivitas ekonomi berjalan selaras dengan prinsip kemanusiaan dan keadilan sosial (Nur Fadilah, 2020).

Prinsip halal dalam hukum ekonomi syariah memiliki keterkaitan erat dengan praktik distribusi dan konsumsi. Halal dan haram merupakan konsep fundamental yang bersumber

dari Al-Qur'an dan hadis, khususnya dalam konteks makanan dan minuman. Halal secara bahasa dipahami sebagai sesuatu yang dibolehkan oleh syariat, sementara secara substansial mencakup kepatuhan terhadap ketentuan agama dan kebaikan bagi manusia (Muhammad Rawas Qal'aji & Muhammad Shadiq Qanaybi, 1985). Al-Qur'an melalui Surah Al-Baqarah ayat 168 menegaskan perintah untuk mengonsumsi makanan yang halal dan tayyib, yang menekankan aspek kebolehan hukum sekaligus kualitas, kebersihan, serta keamanan pangan. Pandangan para ulama seperti Imam Ghazali, Ibn Taimiyah, dan Majelis Ulama Indonesia memperkuat pemahaman bahwa prinsip halal menjadi landasan dalam seluruh aktivitas ekonomi, mulai dari pemilihan bahan, proses produksi, hingga akad transaksi, agar kegiatan ekonomi membawa manfaat dan keberkahan bagi individu maupun masyarakat (Eny Latifah & Rudi Abdullah, 2022; Sri Mulyati et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tujuan memahami fenomena secara mendalam melalui penafsiran makna yang muncul dalam konteks sosial yang diteliti. Pendekatan ini dipandang relevan karena kajian mengenai distribusi minuman pre-workout tanpa label halal di komunitas fitness berkaitan erat dengan nilai, persepsi, dan praktik yang berkembang di lapangan. Analisis perspektif hukum ekonomi syariah tidak dapat dilepaskan dari pemahaman terhadap cara pandang pelaku usaha, konsumen, serta norma keagamaan yang mereka pahami dan terapkan dalam aktivitas sehari-hari. Metode kualitatif memungkinkan peneliti menggali realitas tersebut secara lebih utuh dan kontekstual sesuai karakteristik masalah penelitian (Moleong, 2017).

Ciri utama penelitian kualitatif tercermin pada penggunaan data yang bersifat deskriptif, fokus pada proses serta makna dari suatu peristiwa, dan

fleksibilitas dalam pengumpulan informasi. Penelitian ini menempatkan analisis induktif sebagai landasan utama, di mana temuan lapangan menjadi dasar dalam membangun pemahaman dan kesimpulan. Melalui pendekatan ini, penelitian berupaya menangkap pandangan para pihak yang terlibat dalam distribusi dan konsumsi minuman pre-workout tanpa label halal, sehingga realitas yang diungkap tidak berhenti pada gambaran permukaan, melainkan menyentuh alasan, pertimbangan, dan nilai yang melatarbelakanginya (Moleong, 2017).

Pendekatan deskriptif digunakan untuk memaparkan kondisi distribusi minuman pre-workout, tingkat pemahaman pelaku usaha, serta sikap komunitas fitness terhadap isu kehalalan produk. Data yang diperoleh dianalisis untuk menggambarkan bagaimana praktik distribusi berlangsung, bagaimana konsumen memaknai keberadaan label halal, serta sejauh mana aspek syariah menjadi pertimbangan dalam memilih produk. Pendekatan ini membantu peneliti menyusun gambaran faktual yang runtut dan mudah dipahami, sekaligus membuka ruang analisis terhadap kesesuaian praktik di lapangan dengan prinsip hukum ekonomi syariah (Moleong, 2017).

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder yang saling melengkapi. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan distributor, konsumen komunitas fitness, serta akademisi atau pakar hukum ekonomi syariah untuk mendapatkan pemahaman langsung mengenai praktik distribusi dan konsumsi produk tanpa label halal. Data sekunder berasal dari Al-Qur'an, kitab fikih, peraturan perundang-undangan terkait jaminan produk halal, serta literatur ilmiah yang relevan. Keabsahan data dijaga melalui teknik triangulasi sumber, teknik, dan teori, serta member check kepada informan, sehingga hasil penelitian diharapkan mencerminkan kondisi nyata dan memiliki tingkat

kredibilitas yang baik dalam kerangka hukum ekonomi syariah (Moleong, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktek Distribusi Minuman Pre-Workout Tanpa Label Halal di Komunitas Fitness

Distribusi minuman pre-workout tanpa label halal masih mudah dijumpai di lingkungan komunitas fitness. Produk-produk tersebut beredar melalui berbagai jalur, seperti pusat kebugaran, toko suplemen, hingga platform marketplace daring. Sebagian besar berasal dari produk impor dengan kemasan berbahasa asing yang tidak disertai sertifikasi halal resmi. Kondisi ini memperlihatkan bahwa pengawasan terhadap peredaran produk konsumsi di segmen ini belum berjalan optimal, terutama untuk produk yang banyak digunakan oleh konsumen Muslim (Fadilah, 2020).

Ketiadaan label halal pada produk pre-workout menimbulkan persoalan dari sisi kepastian hukum bagi konsumen. Bagi masyarakat Muslim, informasi kehalalan menjadi bagian penting dalam menentukan pilihan konsumsi. Tanpa adanya keterangan halal yang jelas, konsumen berada pada posisi yang rentan karena tidak memiliki jaminan bahwa produk yang dikonsumsi telah memenuhi ketentuan syariat. Situasi ini berpotensi menimbulkan keraguan dan ketidaknyamanan dalam aktivitas konsumsi sehari-hari (Fadilah, 2020).

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, praktik distribusi seperti ini dinilai tidak sejalan dengan prinsip kejelasan dan keterbukaan dalam transaksi. Setiap produk yang diperdagangkan seharusnya memberikan informasi yang transparan agar tidak menimbulkan unsur ketidakpastian. Ketika status halal tidak dicantumkan secara resmi, transaksi berpotensi mengandung unsur gharar yang dilarang karena dapat merugikan salah satu pihak, khususnya konsumen yang

membutuhkan kejelasan status produk yang dikonsumsi (Fadilah, 2020).

Selain berdampak pada konsumen, distribusi minuman pre-workout tanpa label halal juga berimplikasi pada tanggung jawab pelaku usaha. Tidak dicantumkannya status halal dapat dipandang sebagai bentuk pengabaian terhadap kewajiban hukum yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Dalam kerangka ekonomi syariah, kepatuhan terhadap regulasi dan prinsip keadilan menjadi bagian dari etika bisnis yang harus dijaga agar aktivitas perdagangan berjalan sesuai dengan nilai-nilai syariat dan memberikan rasa aman bagi seluruh pihak yang terlibat (Fadilah, 2020).

Ketentuan Hukum Ekonomi Syariah Terkait Distribusi Produk Konsumsi Tanpa Label Halal

Distribusi produk konsumsi dalam perspektif Islam ditempatkan pada prinsip halal dan thayyib, yang menuntut kejelasan hukum serta jaminan keamanan dan manfaat bagi kesehatan. Produk yang diperdagangkan seharusnya dipastikan bebas dari unsur yang dilarang syariat dan tidak menimbulkan dampak negatif bagi konsumen. Ketika suatu produk dipasarkan tanpa kepastian halal, sikap kehati-hatian dalam muamalah tidak terpenuhi, padahal prinsip ihtiyath menjadi landasan penting dalam menjaga kemurnian praktik ekonomi Islam (Mulyati & Asmawi, 2023).

Praktik distribusi tanpa label halal juga beririsan dengan prinsip maslahah, yakni upaya menghadirkan kemanfaatan dan mencegah mudarat bagi masyarakat luas. Produk yang belum terverifikasi kehalalannya berpotensi menimbulkan risiko bagi konsumen Muslim yang tidak memiliki informasi memadai. Kondisi ini mencerminkan kurangnya perhatian terhadap tanggung jawab moral dan spiritual pelaku usaha dalam memastikan bahwa produk yang mereka edarkan layak dan aman dikonsumsi

sesuai ketentuan syariah (Habibullah, 2017).

Di sisi lain, lemahnya kepedulian konsumen terhadap label halal menunjukkan masih terbatasnya literasi halal, termasuk di kalangan komunitas fitness. Fokus konsumsi yang lebih menitikberatkan pada manfaat fisik sering kali mengesampingkan aspek kehalalan produk. Padahal, suplemen termasuk dalam kategori konsumsi yang perlu mengikuti kaidah halal sebagaimana makanan dan minuman lain. Kesadaran terhadap prinsip *thayyib* perlu diperkuat agar pilihan konsumsi selaras dengan nilai keagamaan dan kesehatan (Fadilah, 2020).

Urgensi sertifikasi halal semakin menguat ketika dikaitkan dengan ketentuan hukum positif di Indonesia. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menegaskan kewajiban sertifikasi bagi produk yang beredar. Penjualan minuman pre-workout tanpa label halal berpotensi menimbulkan persoalan hukum sekaligus menyimpang dari prinsip syariah. Kondisi ini menuntut peran aktif pemerintah, lembaga sertifikasi, serta upaya edukasi berkelanjutan kepada pelaku usaha dan konsumen agar distribusi produk berjalan sesuai aturan dan nilai-nilai ekonomi Islam (Fadilah, 2020).

Berdasarkan temuan pada tabel, aspek label halal menjadi perhatian utama karena masih banyak produk minuman pre-workout yang beredar tanpa keterangan halal yang jelas. Di lingkungan komunitas fitness, distributor maupun konsumen kerap menganggap label halal sebagai hal yang tidak terlalu mendesak. Dalam sudut pandang hukum ekonomi syariah, keberadaan label halal berfungsi sebagai penanda bahwa suatu produk telah melalui proses pemeriksaan sesuai ketentuan syariat. Walaupun produk tanpa label halal tidak serta-merta dinilai haram, umat Muslim tetap memerlukan kejelasan mengenai kandungan dan proses produksinya agar keputusan

konsumsi dapat diambil secara tenang dan bertanggung jawab.

Permasalahan lain yang muncul berkaitan dengan keterbatasan informasi produk. Banyak minuman pre-workout hanya mencantumkan komposisi bahan secara umum tanpa penjelasan asal bahan, metode pengolahan, maupun jaminan pendukung lainnya. Kondisi ini menimbulkan ruang ketidakjelasan yang dalam Islam dikenal sebagai *gharar*, yaitu situasi transaksi yang berpotensi merugikan salah satu pihak. Transparansi informasi menjadi kebutuhan penting agar konsumen memahami apa yang mereka konsumsi, sementara pelaku usaha dapat menjalankan aktivitas perdagangan secara etis dan adil sesuai prinsip muamalah.

Kesadaran konsumen terhadap aspek halal juga tergolong rendah. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pertimbangan utama dalam memilih produk pre-workout lebih banyak didasarkan pada manfaat fisik, seperti peningkatan stamina dan performa latihan. Aspek kehalalan sering kali dipandang sebagai isu sekunder. Padahal, dalam ajaran Islam, konsumsi barang yang halal dan *thayyib* merupakan bagian dari tanggung jawab individu Muslim. Rendahnya kesadaran ini menjadi tantangan tersendiri dalam membangun pola konsumsi yang sejalan dengan nilai-nilai syariah di kalangan komunitas fitness.

Minimnya edukasi halal turut memperkuat kondisi tersebut. Sosialisasi mengenai pentingnya label halal masih jarang dilakukan di lingkungan pusat kebugaran maupun toko suplemen. Sebagian distributor belum memahami urgensi sertifikasi halal, terutama untuk produk impor yang sudah dikenal luas di pasar global. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, pelaku usaha memegang tanggung jawab moral dan sosial untuk memastikan produk yang dipasarkan aman secara fisik dan menenangkan secara spiritual bagi konsumen Muslim. Upaya bersama antara pemerintah, lembaga sertifikasi,

dan komunitas fitness diperlukan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran terhadap pentingnya label halal dalam industri suplemen olahraga.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya, penelitian ini menyimpulkan bahwa distribusi minuman pre-workout tanpa label halal masih cukup banyak ditemukan di komunitas fitness, baik melalui toko fisik seperti pusat kebugaran dan toko suplemen maupun secara online melalui marketplace, di mana sebagian besar produk berasal dari luar negeri dan belum memiliki sertifikasi halal resmi dari Majelis Ulama Indonesia. Kondisi ini menunjukkan adanya celah pengawasan serta kurangnya regulasi ketat terhadap produk impor yang beredar tanpa jaminan kehalalan. Dalam praktiknya, distribusi berlangsung tanpa transparansi mengenai bahan dan proses produksi, yang bertentangan dengan prinsip distribusi dalam ekonomi syariah yang menekankan keadilan, keterbukaan (bayyinah), dan kepastian hukum bagi konsumen Muslim, sehingga menimbulkan potensi gharar (ketidakjelasan) dalam muamalah serta risiko terhadap aspek spiritual dan hukum konsumsi umat Islam. Dari perspektif hukum ekonomi syariah, distribusi produk konsumsi seperti minuman pre-workout seharusnya memenuhi prinsip halal dan thayyib, sedangkan produk tanpa label halal dan asal-usul kandungan yang jelas tidak memenuhi syarat tersebut dan mengandung unsur yang dilarang. Hukum ekonomi syariah juga menegaskan pentingnya tanggung jawab produsen dan distributor dalam memastikan kejelasan status kehalalan produk yang beredar; tanpa jaminan halal, pelaku usaha dinilai lalai dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan moral kepada konsumen Muslim, sekaligus berpotensi melanggar ketentuan hukum positif di Indonesia yang mewajibkan setiap produk yang beredar memiliki sertifikat halal.

SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan penelitian, beberapa saran yang dapat diajukan adalah bahwa distributor dan penjual perlu memastikan produk pre-workout yang dipasarkan memiliki kejelasan status halal serta menjalin kerja sama dengan lembaga sertifikasi halal yang resmi. Konsumen Muslim diharapkan lebih selektif dengan memperhatikan label halal dan kandungan produk, tidak hanya berfokus pada manfaat fisik semata. Pemerintah dan lembaga sertifikasi halal juga perlu meningkatkan sosialisasi, mempercepat proses sertifikasi, serta memperluas edukasi terkait produk suplemen olahraga. Selain itu, komunitas fitness dan pelaku industri olahraga diharapkan berperan aktif dalam mengedukasi anggota serta bertanggung jawab memastikan produk yang beredar memenuhi prinsip halal dan thayyib. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas kajian dengan melibatkan sampel yang lebih luas serta mendalami pengaruh edukasi halal terhadap perilaku konsumen dan perkembangan pasar fitness.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, K. Y. (2022). *Tinjauan hukum Islam tentang jual beli suplemen fitness oplosan (Studi di Atlantis Gym Kelurahan Sukabumi Bandar Lampung)*. repository.radenintan, 70–81.
- Endang Susanti, N. K. (2018). Konstruksi makna kualitas hidup sehat. *Jural Lugas*, 6.
- Eny Latifah, R. A. (2022). Peran sertifikat halal dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. *JIDE*, 128.
- Fadilah, N. (2020). Teori konsumsi, produksi dan distribusi dalam pandangan ekonomi syariah. *SALIMIYA*, 34.
- Farid, A. (2018). *Tinjauan fiqh muamalah terhadap jual beli produk campuran tanpa*

- komposisi yang jelas. *Jurnal Hukum Islam Nusantara*, 56–63.
- Habibullah, E. S. (2017). Hukum ekonomi syariah dalam tatanan hukum nasional. *Jurnal Al Ahwal Asy Syakhshiyah*, 699–700.
- Ia Hidarya, E. B. (2024). *Tinjauan hukum ekonomi syariah tentang mengonsumsi dan memperjualbelikan produk makanan dan minuman yang belum bersertifikat halal*. *staialandina*, 01–03.
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh label halal dan bahan makanan terhadap minat beli makanan kuliner. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 105.
- Laras Apriliani, J. K. (2021). Pengembangan pelayanan konsumen berbasis web pada Iron Gym Timika. *Jurnal Strategi*, 152.
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap kepuasan pembelian rokok Surya Promild. *EMBA*, 97.
- Maulana, R. A. (2019). Urgensi sertifikasi halal dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 112–120.
- Nasution, S. R. (2023). Kepatuhan pelaku usaha mikro terhadap regulasi sertifikasi halal dalam UU No. 33 Tahun 2014. *Jurnal Legislasi dan Ekonomi Islam*, 22–30.
- Rina Mariana, U. H. (2020). *Perspektif hukum ekonomi syariah terhadap produk yang tidak memiliki label halal*. *eprints.uniska-bjm.ac.id*, 02–03.
- Rudy, H. (2006). *Etika profesi dan aspek hukum bidang kesehatan*. Widina Bhakti Persada, 11.
- Sari, D. I. (2018). Perlindungan hukum atas label halal produk pangan menurut undang-undang. *Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan*, 8–9.
- Shobirin. (2015). Jual beli dalam pandangan Islam. *Jrnal Bisnis dan Manajemen*, 246–251.
- Sri Mulyati, A. A. (2023). Makanan halal dan tayyib dalam perspektif Al-Quran. *ISIHUMOR*, 24.
- Syarif, M. H. (2021). Analisis hukum Islam terhadap peredaran produk tanpa label halal di Indonesia. *Jurnal Hukum Islam dan Sosial*, 33–40.
- Wahyuni, N. (2022). Peran Majelis Ulama Indonesia dalam pengawasan produk halal di pasaran. *Jurnal Studi Islam Kontemporer*, 91–98.
- Zahro, L. M. (2020). Etika bisnis Islam dalam distribusi produk kesehatan dan suplemen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 78–85.