

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia, yang mayoritas penduduknya Muslim, Konsumen Muslim membutuhkan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang mereka konsumsi, terutama yang mungkin bertentangan dengan ajaran Islam. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021, sekitar 87% dari populasi Indonesia adalah Muslim. Penelitian menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung memilih produk yang sesuai dengan nilai-nilai agama mereka.¹

Perlindungan konsumen adalah elemen krusial dalam perekonomian, terutama terkait produk yang berdampak pada kesehatan dan keselamatan publik. Produk alkohol berhubungan dengan berbagai risiko Kesehatan, menurut WHO, konsumsi alkohol yang berlebihan dapat menyebabkan masalah seperti penyakit hati, gangguan mental, dan kecelakaan lalu lintas.² Negara Indonesia, yang mayoritas penduduknya Muslim, Konsumen Muslim membutuhkan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang mereka konsumsi, terutama yang mungkin bertentangan dengan ajaran Islam. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021, sekitar 87% dari populasi Indonesia adalah

¹ Laporan Badan Pusat Statistik. “Statistik Penduduk Indonesia” 2024 terdapat pada <https://samarindakota.bps.go.id/id/statistics-table/1/MzI0IzE=/agama-di-indonesia-2024.html>, diakses tanggal 12 Oktober 2024, pukul 18.50.

² Laporan World Health Organization. (2021). “Global Status Report on Alcohol and Health” 2021 terdapat pada <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/alcohol>, diakses tanggal 12 Oktober 2024, pukul 18.30.

Muslim.³ Penelitian menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung memilih produk yang sesuai dengan nilai-nilai agama mereka.⁴

Fenomena munculnya label halal pada produk minuman beralkohol menarik perhatian, di mana label tersebut, yang biasanya menandakan kesesuaian dengan hukum Islam, kini digunakan pada beberapa produk beralkohol dengan klaim tertentu.⁵ Penting untuk diketahui bahwa dalam konteks Islam, konsumsi alkohol, termasuk wine, merupakan hal yang dilarang.⁶ Ketika di cek pada laboratorium, produk tersebut mengandung alkohol yang tinggi dan menggunakan fermentasi anggur dan ragi.⁷

Maka untuk menghadapi masalah ini, konsumen berhak mendapatkan informasi yang jelas, akurat, dan transparan mengenai produk yang mereka konsumsi, termasuk proses pembuatan dan bahan yang digunakan.⁸ Keterbukaan informasi penting untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan pemahaman yang tepat mengenai produk yang mereka pilih, serta implikasi dari konsumsi produk tersebut dalam konteks keagamaan.⁹ Keterbukaan informasi tidak hanya mencakup label produk, tetapi juga komunikasi yang dilakukan oleh

³ Laporan Badan Pusat Statistik. “Statistik Penduduk Indonesia” 2024 terdapat pada <https://samarindakota.bps.go.id/id/statistics-table/1/MzI0IzE=/agama-di-indonesia-2024.html>, diakses tanggal 12 Oktober 2024, pukul 18.50.

⁴ Sari, R. “Perlindungan Konsumen dalam Produk Halal”. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 2020, hlm. 30.

⁵ Irawan, M. A., *Hak Konsumen dalam Hukum Positif Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020), hlm. 45.

⁶ Purwanto, J., *Keterbukaan Informasi Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2019), hlm. 112.

⁷ Rahmawati, N. “Label Halal dan Produk Beralkohol: Analisis Hukum”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2019, hlm. 45.

⁸ Rahmat, M., *Agama dan Ekonomi: Perspektif Syariah dalam Dunia Bisnis*, (Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2021), hlm. 150.

⁹ Nasution, S., *Perlindungan Konsumen dalam Hukum Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2020), hlm. 78.

produsen mengenai karakteristik dan kehalalan produk.¹⁰ Banyak kasus di mana informasi yang disampaikan oleh produsen sangat minim atau bahkan menyesatkan.¹¹

Hal ini menjadi masalah besar terutama bagi konsumen Muslim yang harus memastikan bahwa produk yang mereka konsumsi tidak melanggar prinsip-prinsip syariah.¹² Sehingga hal ini bisa menyebabkan kebingungan di kalangan konsumen mengenai apakah produk tersebut benar-benar sesuai untuk mereka.¹³ Guna melindungi kepentingan konsumen, penting bagi produsen untuk bertanggung jawab dalam memberikan informasi yang tepat dan transparan.¹⁴ Adanya informasi yang masif, konsumen Muslim dapat mengambil keputusan yang lebih baik dan sesuai dengan ajaran agama mereka.¹⁵

Penelitian ini, fokus akan pada pemenuhan hak atas informasi konsumen Muslim terkait produk wine nabidz yang menggunakan label halal. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut mengenai sejauh mana produsen memenuhi kewajiban mereka dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen. Maka penting untuk mengetahui apakah konsumen Muslim

¹⁰ Anwar, T., *Hak Konsumen dalam Perspektif Syariah*, (Yogyakarta: Penerbit Insan Cendekia, 2021), hlm. 50.

¹¹ Puspitasari, R., *Konsumen Cerdas: Memahami Hak dan Kewajiban*, (Jakarta: Erlangga, 2021), hlm. 100.

¹² Sari, F., *Dinamika Label Halal dalam Produk Konsumsi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2022), hlm. 30.

¹³ Abdulrahman, A., *Sistem Halal: Antara Konsep dan Praktik*, (Jakarta: Lentera Hati, 2021), hlm. 190

¹⁴ Handayani, D. S., *Implementasi Hak Konsumen di Era Digital*, (Jakarta: Kompas Gramedia, 2020), hlm. 65.

¹⁵ Santosa, R., *Prinsip Dasar Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Media Nasional, 2018), hlm. 88.

mendapatkan keterbukaan yang memadai dalam informasi produk yang mereka pilih.¹⁶

Pelanggaran atas hak keterbukaan informasi sering kali terjadi, dan baik pemerintah maupun masyarakat perlu bekerjasama untuk mengatasi masalah ini.¹⁷ Selain itu, refleksi terhadap pengalaman konsumen juga penting untuk memahami dampak dari kurangnya informasi yang jelas.¹⁸ Maka dalam konteks ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan insights yang berguna bagi pengambil kebijakan, produsen, serta konsumen itu sendiri.¹⁹ Maka dengan adanya pemenuhan hak atas informasi, diharapkan konsumen Muslim dapat memiliki kepercayaan yang lebih dalam memilih produk yang sesuai dengan keyakinan mereka.²⁰ Studi ini diharapkan tidak hanya menambah literasi tentang pentingnya hak atas informasi, tetapi juga menjadi rujukan bagi kebijakan di masa depan seputar produk halal di Indonesia.²¹

Idealitanya konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang mereka beli sesuai dengan Pasal 4 huruf c Undang - undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).²² Realitanya masih terjadi penyimpangan dalam pelabelan wine nabidz (minuman fermentasi beralkohol) yang diklaim halal serta beberapa produsen secara keliru

¹⁶ Firdaus, H., *Ekonomi Syariah dan Konsumsi Halal*, (Jakarta: Karya Yuma, 2022), hlm. 134.

¹⁷ Ningsih, E., *Hak atas Informasi dan Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2021), hlm. 45.

¹⁸ Prasetyo, B., *Analisis Hukum Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2021), hlm. 110.

¹⁹ Saleh, M. Z., *Konsumsi Minuman Halal dalam Syariah*, (Jakarta: Al-Mizan, 2020), hlm. 225

²⁰ Zahra, R., *Transparansi dalam Bisnis Halal: Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Penerbit Mitra, 2023), hlm. 87.

²¹ Amir, S., *Etika Bisnis dan Konsumsi Muslim*, (Bandung: Pustaka Setia, 2022), hlm. 67.

²² Sukardi, A. *Perlindungan Konsumen dalam Produk Halal*. (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 2023), hlm 45-67.

mencantumkan label halal pada produk mereka dengan dalih "fermentasi alami" atau "tanpa tambahan alkohol," meskipun proses fermentasi itu sendiri menghasilkan alkohol yang statusnya haram menurut fatwa MUI.

Idealitanya pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah menawarkan sesuatu yang belum pasti, dalam hal sering terjadi dalam endorser yang menyampaikan informasi berlebihan tentang suatu produk sesuai dengan Pasal 19 ayat (1) Undang - undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Realitanya pelaku usaha tidak memenuhi tanggung jawabnya dengan mengedarkan produk wine nabidz yang di klaim halal yang senyatanya mengandung alkohol sehingga merugikan konsumen muslim.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pemenuhan hak atas informasi konsumen muslim terhadap produk minuman beralkohol wine nabidz yang menggunakan label halal?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha produk wine nabidz terhadap konsumen muslim?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pemenuhan hak atas informasi konsumen muslim atas produk minuman beralkohol wine nabidz yang menggunakan label halal.
2. Menganalisis tanggung jawab pelaku usaha produk wine nabidz terhadap konsumen muslim

D. Orisinalitas Penelitian

Penulis melakukan penelusuran terhadap peneliti-peneliti sebelumnya yang terdapat persamaan dan perbedaan sebagai, berikut:

No	Penelitian	Judul	Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Skripsi Andi Pratama	Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Praktik Pemasaran yang Menyesatkan di Indonesia. ²³	2020	Semua Skripsi ini menganalisis perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen yang menjadi korban praktik pemasaran yang menyesatkan, serta pentingnya peran pemerintah dalam mengawasi praktik tersebut.	Menganalisis perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen yang membeli produk minuman alkohol berlabel halal(bersifat khusus),sedangkan skripsi andi pratama menerangkan korban praktik pemasaran secara general.
2	Skripsi Siti Nurjanah	Tingkat Kesadaran Konsumen Muslim tentang Label Halal pada Minuman Beralkohol. ²⁴	2019	Semua skripsi mengkaji perlindungan konsumen Muslim terkait dengan informasi produk, khususnya yang berhubungan dengan minuman beralkohol dengan label Halal.	Skripsi siti nurjanah menekankan kesadaran konsumen, yang merupakan aspek psikologis, sedangkan Skripsi saya menganalisis aspek hukum positif diindonesia , yang lebih terkait dengan regulasi dan kebijakan
3	Skripsi Rudi Santoso	Evaluasi Efektivitas Penyuluhan Hukum tentang Label Halal bagi Konsumen Muslim. ²⁵	2022	Semua skripsi mengkaji perlindungan konsumen Muslim terkait dengan informasi produk, khususnya yang berhubungan dengan minuman beralkohol dengan label Halal.	Skripsi Rudi Santoso bertujuan untuk mengevaluasi seberapa efektif program penyuluhan atau pendidikan hukum terkait informasi dan penggunaan label Halal bagi konsumen Muslim. Penelitian ini bisa melibatkan pengukuran pemahaman dan kesadaran konsumen setelah mengikuti penyuluhan. Sedangkan skripsi saya fokus pada aspek hukum terkait dengan pemasaran produk

²³ Andi Pratama, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen terhadap Praktik Pemasaran yang Menyesatkan di Indonesia" (Skripsi, Universitas Indonesia, 2020).

²⁴ Siti Nurjanah, "Tingkat Kesadaran Konsumen Muslim tentang Label Halal pada Minuman Beralkohol" (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2019)

²⁵ Rudi Santoso, "Evaluasi Efektivitas Penyuluhan Hukum tentang Label Halal bagi Konsumen Muslim" (Skripsi, Universitas Diponegoro, 2022).

					minuman beralkohol yang mengklaim Halal. Penelitian ini dapat membahas regulasi yang ada, potensi pelanggaran hukum, serta dampak hukum bagi produsen dan konsumen jika produk tersebut tidak sesuai dengan labelnya.
4	Skripsi Putri Khisna Herawati	Perlindungan Konsumen Muslim terhadap Pemenuhan Hak atas Informasi Halal pada Produk Kosmetik Impor dalam Jual Beli Online di Aplikasi Shopee. ²⁶	2024	Kedua Skripsi ini menekankan perlindungan hak-hak konsumen Muslim. Keduanya mempertimbangkan kebutuhan konsumen Muslim dalam mendapatkan informasi yang sesuai dengan syariat Islam tentang produk yang mereka konsumsi. Keduanya juga menyoroti perlindungan konsumen sebagai dasar untuk memastikan bahwa konsumen dapat bertransaksi tanpa kekhawatiran akan informasi yang menyesatkan.	Skripsi pertama berfokus pada produk kosmetik, sedangkan skripsi yang sedang penulis susun berfokus pada produk minuman beralkohol (wine nabitdz). Ini menunjukkan perbedaan dalam kategori barang yang dapat memengaruhi perilaku konsumen dan regulasi yang terkait.
5.	Skripsi Tazkia Nabila Mawarni	Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Makanan dan Minuman yang Tidak Berlebel Halal di Kota Pare Pare. ²⁷	2024	skripsi Tazkia Nabila Mawarni dengan skripsi yang sedang penulis buat membahas isu label halal sebagai indikator penting bagi konsumen Muslim dalam memilih produk yang mereka konsumsi. Skripsi pertama menyoroti masalah makanan dan minuman yang	Masalah yang dihadapi oleh skripsi pertama mungkin berkaitan dengan kurangnya penegakan hukum untuk produk makanan dan minuman yang tidak berlabel halal. Di sisi lain, skripsi kedua yang penulis buat membawa perdebatan mengenai apakah produk beralkohol dapat benar-benar mendapatkan label halal, mengingat sifat dasar produk tersebut

²⁶ Skripsi Putri Khisna "Perlindungan Konsumen Muslim terhadap Pemenuhan Hak atas Informasi Halal pada Produk Kosmetik Impor dalam Jual Beli Online di Aplikasi Shopee (Skripsi Universitas Islam Indonesia, 2024) hlm. 1

²⁷ Skripsi Tazkia Nabila Mawarni "Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Makanan dan Minuman yang Tidak Berlebel Halal di Kota Pare Pare"(Skripsi Universitas Pare Pare Tahun 2024) hlm. 1

				tidak memiliki label halal, sementara skripsi kedua yang penulis buat membahas produk minuman beralkohol dengan klaim halal. Kedua penelitian ini menekankan pentingnya hak atas informasi bagi konsumen Muslim, yang menginginkan transparansi mengenai kehalalan produk yang mereka konsumsi. Konsumen berhak mendapatkan informasi yang akurat untuk membuat keputusan yang tepat.	yang bertentangan dengan ajaran Islam.
--	--	--	--	---	--

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap penelitian-penelitian sebelumnya didapati persamaan dan perbedaan yang menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan penulis adalah orisinal.

E. Tinjauan Pustaka

1. Konsep Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan aspek penting dalam hukum yang bertujuan melindungi hak-hak konsumen dan menjamin keadilan dalam transaksi antara konsumen dan pelaku usaha. Pasal 4 Ayat (3) Undang - undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa setiap konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang barang dan/atau jasa yang mereka konsumsi.²⁸

²⁸ Puspitasari, R., *Konsumen Cerdas: Memahami Hak dan Kewajiban*, (Jakarta: Erlangga, 2021), hlm. 100.

Mencakup berbagai aspek, mulai dari hak dan kewajiban konsumen hingga prinsip-prinsip dasar perlindungan.

Pemahaman perlindungan konsumen adalah upaya untuk menjamin kepastian hukum bagi konsumen dalam memperoleh barang dan jasa serta melindungi mereka dari praktik bisnis yang merugikan.²⁹ Menurut Pasal 1 ayat (1) Undang - undang No. 8 Tahun 1999, perlindungan konsumen mencakup segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Selain itu, Undang - undang tersebut juga mengatur tentang larangan praktik penipuan, yang mencakup pemberian informasi yang salah atau menyesatkan. Maka dengan demikian, konsumen memiliki hak untuk meminta klarifikasi jika ada keraguan tentang kehalalan suatu produk.³⁰

Hal ini mencakup perlindungan dari produk yang tidak aman, informasi yang menyesatkan, dan praktik bisnis yang tidak adil. Keterbukaan informasi konsumen adalah prinsip yang penting dalam perlindungan hak-hak konsumen, khususnya bagi konsumen Muslim yang berurusan dengan produk yang sensitif secara religius seperti minuman beralkohol, termasuk wine nabidz yang menggunakan label halal.

Hak keterbukaan informasi mengacu pada kewajiban produsen untuk menyediakan informasi yang jelas, jujur, dan akurat tentang produk yang

²⁹ Mochtar Kusumaatmadja, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), hlm. 15.

³⁰ Sari, F., *Dinamika Label Halal dalam Produk Konsumsi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2022), hlm. 30

mereka tawarkan.³¹ Hal ini bertujuan agar konsumen dapat membuat keputusan yang berlandaskan pengetahuan yang memadai mengenai produk yang akan mereka konsumsi.³²

Maka dalam konteks produk dengan label halal, keterbukaan informasi menjadi semakin penting. Konsumen Muslim berhak untuk mengetahui secara jelas apakah produk yang menggunakan label halal tersebut memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan ketentuan syariah, dan juga harus memberikan informasi tentang bahan-bahan yang digunakan, proses produksi, serta sertifikasi halal dari lembaga yang diakui.³³

Keterbukaan informasi merupakan salah satu aspek penting karena dengan adanya keterbukaan informasi, konsumen dapat mengevaluasi apakah mereka ingin mengonsumsi produk tersebut atau tidak, sehingga dapat menghindari kemungkinan pelanggaran terhadap prinsip-prinsip agama.³⁴

Peraturan lebih lanjut yang dikeluarkan oleh pemerintah terkait label halal juga mengharuskan produsen untuk mencantumkan informasi yang lengkap tentang produk dalam labelnya. Regulasi ini menciptakan kewajiban bagi produsen untuk memastikan bahwa informasi yang disediakan dapat diakses oleh konsumen dan mudah dipahami.³⁵

³¹ Irawan, M. A., *Hak Konsumen dalam Hukum Positif Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020), hlm. 45.

³² Purwanto, J., *Keterbukaan Informasi Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2019), hlm. 112.

³³ Rahmat, M., *Agama dan Ekonomi: Perspektif Syariah dalam Dunia Bisnis*, (Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2021), hlm. 150.

³⁴ Nasution, S., *Perlindungan Konsumen dalam Hukum Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2020), hlm. 78.

³⁵ Abdulrahman, A., *Sistem Halal: Antara Konsep dan Praktik*, (Jakarta: Lentera Hati, 2021), hlm. 190.

Keterbukaan informasi tidak hanya melindungi konsumen dari kemungkinan penipuan, tetapi juga mendorong produsen untuk lebih bertanggung jawab dalam praktik bisnis mereka.³⁶

Secara keseluruhan, hak keterbukaan informasi sangat penting dalam konteks pemenuhan hak atas informasi konsumen muslim mengenai produk wine nabidz yang mengklaim halal. Maka dengan adanya informasi yang jelas dan akurat, konsumen Muslim dapat memastikan bahwa keputusan konsumsinya tidak hanya berdasarkan label, tetapi juga berdasarkan pada pemahaman yang mendalam tentang produk yang mereka pilih. Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip Islam yang mengedepankan tanggung jawab dan kehati-hatian dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam hal konsumsi.³⁷

a. Tujuan utama perlindungan konsumen adalah untuk meningkatkan kesadaran konsumen. Pada era informasi yang begitu cepat, banyak konsumen yang tidak sepenuhnya menyadari hak-hak mereka. Maka karena itu, mendorong konsumen untuk lebih sadar akan hak-hak mereka menjadi langkah awal yang krusial, seperti:

- 1) Meningkatkan kesadaran: Mendorong konsumen agar lebih sadar akan hak-hak mereka dan mampu melindungi diri.
- 2) Memberdayakan konsumen: Memfasilitasi konsumen dalam memilih dan menuntut hak-haknya.

³⁶ Zahra, R., *Transparansi dalam Bisnis Halal: Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Mitra, 2023), hlm. 87.

³⁷ Faizah, W., *Kepatuhan Konsumen terhadap Prinsip Halal dalam Konsumsi Produktif*, (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2021), hlm. 220.

- 3) Menciptakan kepastian hukum: Menjamin bahwa semua pihak yang terlibat dalam transaksi memiliki hak dan kewajiban yang jelas.
- 4) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha: Mendorong pelaku usaha untuk bertindak jujur dan bertanggung jawab.
- 5) Meningkatkan kualitas barang/jasa: Mencerminkan bahwa produk yang ditawarkan aman dan berkualitas.³⁸

b. Asas-asas Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen di Indonesia didasarkan pada beberapa asas penting:

- 1) Asas manfaat: Setiap upaya perlindungan harus memberikan manfaat maksimal bagi konsumen dan pelaku usaha.
- 2) Asas keadilan: Memastikan bahwa semua pihak mendapatkan kesempatan yang adil dalam bertransaksi. Ini berarti tidak ada satu pun pihak yang merasa dirugikan dalam proses transaksi, bahwa semua pihak mematuhi regulasi yang ada.
- 3) Asas keseimbangan: Menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah. Dalam hal ini, pemerintah berperan sebagai pengawas yang memastikan
- 4) Asas keamanan dan keselamatan: Konsumen berhak mendapatkan jaminan bahwa barang atau jasa yang mereka gunakan tidak membahayakan kesehatan dan keselamatan mereka. Maka karena itu, pelaku usaha harus memastikan bahwa produk yang mereka tawarkan

³⁸ Eli Wuria Dewi, *Dasar-dasar Hukum Perlindungan Konsumen* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015), hlm. 22.

telah melalui proses pengujian dan memenuhi standar yang ditetapkan.

- 5) Asas kepastian hukum: Prinsip yang menjamin bahwa baik pelaku usaha maupun konsumen mendapatkan perlakuan yang adil berdasarkan hukum yang berlaku. Maka penting bagi konsumen untuk mengetahui hak-hak mereka dan cara menuntut hak tersebut jika terjadi pelanggaran.
- 6) Asas transparansi: Setiap informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha kepada konsumen haruslah jelas, benar, dan tidak menyesatkan. Konsumen harus mendapatkan informasi yang cukup agar dapat membuat keputusan berdasarkan fakta.³⁹

c. Penegakan Perlindungan Konsumen

Pada konteks penegakan hukum, terdapat dua teori utama mengenai perlindungan konsumen:

- 1) Perlindungan hukum represif: merupakan tindakan hukum yang diambil setelah terjadinya pelanggaran, biasanya melalui pengadilan. Maka dalam hal ini, konsumen dapat mengajukan gugatan jika merasa dirugikan oleh pelaku usaha
- 2) Perlindungan hukum preventif: bertujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran sebelum terjadi, melalui edukasi dan penyuluhan kepada konsumen serta pelaku usaha ini dilakukan melalui edukasi dan penyuluhan kepada konsumen serta pelaku usaha.⁴⁰

³⁹ Az Nasution, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 30.

⁴⁰ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum bagi Masyarakat di Indonesia* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 50.

2. Konsep Lebel Halal di Indonesia

Labelisasi halal ini dilakukan melalui edukasi dan penyuluhan kepada konsumen serta pelaku usaha. Label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut berstatus halal. Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Indonesia, lembaga yang diberi wewenang oleh pemerintah dalam proses sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI).⁴¹

Labelisasi halal memiliki tujuan untuk memenuhi tuntutan pasar (konsumen) secara universal. Apabila tuntutan tersebut bisa terpenuhi, secara ekonomi, para pebisnis Indonesia akan mampu menjadi tuan rumah dalam hal produk yang dipasarkan. Tujuan lain yang sangat mendasar adalah melindungi akidah para konsumen, terutama yang beragama Islam. Artinya, dengan adanya labelisasi, para konsumen Muslim tidak akan lagi ragu dalam mengonsumsi barang yang mereka butuhkan. Negara Indonesia menerapkan label halal diatur oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama, yang menetapkan label halal yang berlaku secara nasional. Penetapan label halal tersebut dituangkan dalam Keputusan Kepala BPJPH Nomor 40 Tahun 2022 tentang Penetapan Label Halal.

⁴¹ Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan & kosmetika, Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) diakses 17 Oktober 2024, pukul 16.47

Surat Keputusan tersebut ditetapkan di Jakarta pada 10 Februari 2022, dan ditandatangani oleh Kepala BPJPH, dan mulai berlaku efektif terhitung sejak 1 Maret 2022. Penetapan label halal tersebut dilakukan untuk melaksanakan ketentuan Pasal 37 Undang - undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH).⁴²

Penetapan ini juga merupakan bagian dari pelaksanaan amanat Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang JPH. "Melaksanakan amanat peraturan perundang-undangan, khususnya Pasal 37 Undang - undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal", maka BPJPH menetapkan label halal dalam bentuk logo sebagaimana yang secara resmi dicantumkan dalam Keputusan Kepala BPJPH. "Dasar-dasar umum penetapan fatwa yang dikeluarkan oleh MUI berdasarkan pada referensi dari Kitabullah dan Sunnah Rasul." Jika tidak ditemukan dalil-dalil dari Kitabullah dan Sunnah Rasul, maka MUI merujuk kepada ijma', qiyas, istihsan, masalah mursalah, dan sad az-Zari'at serta pendapat-pendapat para imam mazhab terdahulu.

Maka dalam masalah yang terjadi pada khilafiyah di kalangan mazhab, fatwa yang dikeluarkan adalah hasil tarjih setelah memperhatikan fiqh muqaran dengan menggunakan kaidah-kaidah ushul fiqh muqaran yang berkaitan dengan pentajrihan. Setelah melewati semua tahapan tersebut, keputusan diambil berdasarkan pandangan tenaga ahli dalam bidang

⁴² <https://kemenag.go.id/pers-rilis/ditetapkan-label-halal-indonesia-berlaku-nasional-4aqhvr> akses 20 Oktober 2024, pukul 20.22

masalah yang diambil keputusan fatwanya. Tenaga ahli yang dimaksud adalah para pakar dalam bidangnya masing-masing.

Semua keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa MUI dengan Komisi Fatwanya, ketika menetapkan 33 fatwa, akan memutuskan suatu permasalahan berdasarkan kemaslahatan umat, dengan tetap merujuk kepada metode para alim ulama terdahulu.⁴³

Konsep label halal menjadi sangat penting dalam konteks pemenuhan hak atas informasi konsumen Muslim, terutama ketika berkaitan dengan produk yang sensitif seperti minuman beralkohol, termasuk wine nabidz. Label halal bukan hanya sekedar tanda pada kemasan, melainkan mencerminkan prinsip-prinsip syariah yang harus dipatuhi oleh produsen dalam proses pembuatan produk. Hal ini penting untuk melindungi konsumen, terutama konsumen Muslim yang mengharapkan bahwa produk yang mereka konsumsi sesuai dengan ajaran agama.

Label halal biasanya diberikan oleh lembaga sertifikasi halal yang berwenang, setelah melakukan audit dan verifikasi untuk memastikan bahwa semua komponen yang digunakan dalam produk tersebut memenuhi syarat syariah.

Maka pada konteks wine nabidz, yang sering kali membingungkan karena berpotensi mengandung alkohol tetapi diakui sebagai alternatif yang diizinkan dalam ajaran Islam, kejelasan dalam label halal menjadi sangat penting. Salah satu komponen yang harus diperhatikan adalah apakah

⁴³ Hasyim Asy'ari, "Kriteria Sertifikasi Halal dalam Perspektif Ibnu Hazm dan MUI" (Jakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2011), hlm. 40.

produk tersebut benar-benar mengandung alkohol atau tidak dan sejauh mana yang dianggap sesuai dalam konteks kehalalan. Konsumen Muslim memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang akurat dan transparan tentang produk yang mereka konsumsi, termasuk rincian mengenai bahan-bahan, proses produksi, dan sertifikasi halal.⁴⁴

Label halal diharapkan dapat memberikan jaminan tersebut, tetapi harus didukung dengan informasi yang mudah diakses dan dipahami oleh konsumen.⁴⁵ Keberadaan label halal juga memerlukan edukasi dan pengetahuan dari konsumen sendiri agar mereka dapat memahami apa yang dimaksud dengan istilah halal dan bagaimana penerapannya dalam produk yang mereka pilih. Pentingnya keberadaan label halal tidak hanya terletak pada kepatuhan terhadap hukum syariah, tetapi juga berhubungan dengan aspek etika dan tanggung jawab sosial produsen.⁴⁶

Produsen yang memperhatikan label halal tidak hanya memenuhi kewajiban hukum, tetapi juga membangun kepercayaan dengan konsumen, khususnya di segmen pasar Muslim. Melalui label halal yang jelas dan informatif, diharapkan konsumen Muslim dapat membuat keputusan yang sesuai dengan keyakinan mereka dan terhindar dari produk yang tidak sesuai dengan prinsip agama.⁴⁷

⁴⁴ Nasution, S., "Peran Label Halal dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen," *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Vol. 51, No. 1, 2021, hlm. 130-145.

⁴⁵ Hidayati, S., "Analisis Sertifikasi Halal dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol. 17, No. 3, 2022, hlm. 78-90.

⁴⁶ Mufidah, L., "Keberadaan Label Halal dalam Produk Makanan dan Minuman di Indonesia," *Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum*, Vol. 15, No. 2, 2021, hlm. 55-70.

⁴⁷ Rahmawati, A., "Hak Konsumen dalam Pemilihan Produk Halal," *Jurnal Perlindungan Konsumen*, Vol. 9, No. 1, 2023, hlm. 25-40.

Label halal harus dipahami tidak hanya sebagai elemen marketing, karena itu merupakan sebagai komponen penting dalam perlindungan konsumen. Konsumen berhak mendapatkan informasi yang jelas mengenai kehalalan produk wine nabidz agar mereka dapat berpartisipasi secara aktif dalam pengambilan keputusan konsumsi yang sesuai dengan nilai-nilai agama mereka.⁴⁸

F. Definisi Oprasional

1. Perrlindungan hukum konsumen adalah suatu upaya yang bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dalam bertransaksi dan menggunakan produk atau jasa. Indonesia perlindungan ini diatur dalam Undang - undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang memberikan landasan hukum bagi konsumen dan pelaku usaha
2. Konsumen adalah individu atau kelompok yang menggunakan barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. menurut konteks hukum, pengertian konsumen diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Menurut Undang - undang tersebut, konsumen adalah" setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan

⁴⁸ Ahmad, F., "Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam: Studi terhadap Label Halal," *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 18, No. 1, 2022, hlm. 101-115.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa pemeriksa gejala hukum tertentu, dengan cara menganalisa, juga diadakan pemeriksaan yang mandalam terhadap fakta hukum tersebut, untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan-permasalahan yang timbul di dalam gejala yang bersangkutan.⁴⁹

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian Yuridis Empiris. Pendekatan yuridis empiris dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memadukan bahan-bahan hukum yang ada dengan data primer yang diperoleh di lapangan. Metode tersebut digunakan untuk memecahkan masalah dengan mengadakan penelitian terhadap data primer di lapangan.⁵⁰

2. Objek Penelitian

- a. Pemenuhan hak atas informasi pelaku usaha wine nabidz kepada konsumen muslim.
- b. Tanggung jawab pelaku usaha produk wine nabidz terhadap konsumen muslim yang terlanjur mengkonsumsi.

3. Pendekatan Penelitian

Penulis menggunakan pendekatan penelitian hukum empiris dengan menggunakan beberapa metode pendekatan, yaitu:

Pendekatan Penelitian yang digunakan adalah pendekatan sosiologis dan kasus. Pendekatan ini mengacu pada metode pembahasan yang berdasarkan

⁴⁹ Soerjono Soekamto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 1986), hlm. 43.

⁵⁰ Rony Hanitjo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, (Jakarta: Ghalia Indonesia 1990), hlm. 36.

pada fakta yang ada di lapangan atau data primer, dengan menggabungkan juga data sekunder.

4. Subjek Penelitian

Fokus Penelitian ini adalah:

- a. Produsen berjumlah 1 (satu) orang.
 - 1) Beny Julianto

5. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang digunakan oleh peneliti berada di Daerah Istimewa Jakarta, Kuningan melalui wawancara

6. Sumber Data Penelitian

a. Data Primer

Data primer adalah data yang di peroleh peneliti secara langsung dari subjek penelitian yang dapat berupa hasil wawancara yang dilakukan kepada pelaku usaha produk minuman wine nabitdz yang mengandung alkohol.

b. Data Sekunder

1) Bahan Hukum Primer

- a) Undang - undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- b) Undang - undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal
- c) Peraturan perundang-undangan lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

2) Bahan Hukum Sekunder, dokumen hukum yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama.⁵¹ Data dikumpulkan melalui wawancara

⁵¹ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 1981), hlm. 12.

yang dilakukan di bidang yang relevan dengan topik penulisan. Wawancara ini dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang disusun berdasarkan masalah yang relevan dengan topik penulisan.

3) Data tersier sebagai pelengkap dalam penelitian ini berupa Kamus Besar Bahasa Indonesia.

7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sekunder dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Wawancara Pengumpulan data ini dilakukan agar mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang akan diteliti, dilakukan dengan cara wawancara ke subjek yang telah dipilih oleh peneliti.
- b. Studi pustaka, yakni dengan mengkaji literature-literatur, jurnal, hasil penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang ada.

8. Analisis Data

Penulis menganalisis data yang diperoleh yang akan digunakan metode analisis deskriptif kualitatif, merupakan cara menginterpretasikan dan mendiskusikan bahan hasil penelitian berdasarkan pada pengertian hukum, norma hukum, teori-teori hukum serta doktrin yang berkaitan dengan pokok permasalahan sistematis. Norma hukum diperlukan sebagai premis mayor, kemudian dikorelasikan dengan fakta-fakta yang relevan (legal facts) yang dipakai sebagai premis minor dan melalui proses silogisme secara deskriptif diperoleh kesimpulan (conclusion) terhadap permasalahannya.

H. Sistematika Kepenulisan

Sistematika penulisan yang digunakan oleh penulis untuk mempermudah penelitian ini dengan membagi menjadi empat bagian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berisikan latar belakang masalah membahas perlindungan konsumen, dan pentingnya perlindungan konsumen dalam kontrak elektronik. Lebih lanjut pada rumusan masalah yang menentukan arah penelitian ini pada pembahasan yang akan diteliti. Tujuan dan manfaat penelitian ini tentang urgensi perlindungan konsumen dalam kontrak elektronik seiring perkembangan globalisasi yang semakin maju.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori-teori yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah, yakni teori tentang Pemenuhan Hak Atas Informasi, dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha.

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini diuraikan terkait judul penelitian yang diangkat urgensi perlindungan konsumen dalam kontrak elektronik di tinjau dalam teori hukum nasional. Peneliti akan menganalisis dari hasil temuan atau penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti kemudian dibedah menggunakan teori-teori yang didapatkan dan membahas dari 2 rumusan masalah.

BAB IV PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan yang berisi inti jawaban dari rumusan masalah penelitian yang ada dan juga berupa saran dari jawaban rumusan masalah yang diangkat oleh peneliti.