

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mayoritas penduduk di Indonesia menganut agama Islam yang menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara berpenduduk mayoritas muslim terbesar di dunia.¹ Didukung oleh data kependudukan nasional, setidaknya hingga tahun 2025 terdapat 87% penduduk yang memeluk agama Islam di Indonesia.² Diketahui bahwasanya umat muslim memiliki prinsip tertentu yang dikenal sebagai prinsip syariah. Salah satu yang diatur pada prinsip tersebut ialah pengonsumsi produk makanan.³ Masyarakat muslim harus mendapatkan kejelasan informasi atas produk makanan yang dipilih untuk dikonsumsi berdasarkan kehalalannya.⁴

Kehalalan suatu produk tidak hanya dilihat dari bahan

¹ Burhanuddin dan Setyo Riyanto, "Perilaku Konsumen Muslim Indonesia terhadap Perkembangan Produk Makanan dan Minuman Halal," *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 10, No. 2, 2022, hlm. 2, <https://journalstkipgrisitubondo.ac.id/index.php/PKWU/article/view/489>, diakses terakhir tanggal 22 Oktober 2025, pukul 19.40 WIB.

² <https://www.jawapos.com/nasional/2603130204/dukcapil-kemendagri-ungkap-jumlah-penduduk-ri-sebanyak-288-juta-jiwa-per-akhir-2025-didominasi-pemeluk-agama-islam>, diakses terakhir pada tanggal 15 Oktober 2025, pukul 09.34 WIB

³ Mustami'ul Azizah, et al., "Perspektif Al-Qur'an dan Hadist dalam Mengonsumsi Makanan (Studi Normatif tentang Hukum Halal dan Haram Makanan)," *Al-Nizam: Indonesian Journal of research and Community Service*, Vol.3, No.1, 2025, hlm. 22, <https://journal.melek.id/index.php/eljet/article/view/128/30>, diakses terakhir tanggal 26 Oktober 2025, pukul 14.30 WIB.

⁴ Vironika Usmi, et al., "Hak atas Informasi bagi Konsumen terhadap Labelisasi Halal dan Non Halal pada Industri Kuliner," *Indonesian Journal of Law and Justice*, Vol. 2, No. 1, 2024, hlm.4, <https://journal.pubmedia.id/index.php/lawjustice/article/view/3173/3171>, diakses terakhir tanggal 26 Oktober 2025, pukul 18.00 WIB.

yang digunakan, tetapi juga dilihat dari proses produksi, penyimpanan, distribusi, hingga penyajiannya.⁵ Kebutuhan akan informasi yang jelas, akurat dan transparan mengenai status halal suatu produk menjadi hal yang sangat penting bagi pihak konsumen muslim di Indonesia. Tanpa adanya informasi yang memadai mengenai status halal, masyarakat muslim dapat mengalami keraguan dalam menjalankan kewajiban agamanya secara sempurna.⁶

Kondisi ini menyebabkan kebutuhan masyarakat terhadap jaminan kehalalan produk, khususnya produk makanan, sebagai hal yang sangat penting bagi masyarakat.⁷ Masyarakat agama muslim di Indonesia menghadapi beberapa tantangan yang berkaitan dengan suatu kehalalan produk. Kehalalan dalam produk makanan merupakan prinsip dasar yang mendasari adanya kepercayaan dan keagamaan bagi umat islam mengenai kesehatan dan keberlanjutan kehidupan manusia dalam

⁵ Abdul Sumarlin et al., "Identifikasi Titik Kritis Kehalalan dalam Produk Turunan Hewani: Pendekatan Sistematis untuk Keamanan Konsumen," *AkMen Jurnal Ilmiah*, Vol. 21, No.2, 2024, hlm. 60, <https://doi.org/10.37476/akmen.v21i2.4683>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2025, pukul 09.00 WIB.

⁶ Nasrudin dan Nina Nursari, "Peran Sertifikasi Halal dalam Penguatan Industri Makanan Halal: Instrumen Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia," *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol.2, No. 1, 2025, hlm.14, <https://ejournal.uinsgd.ac.id/index.php/qanuniya/article/view/1268/466>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2025, pukul 10.35 WIB.

⁷ Siti Rohmah, et al, "Menakar Urgensi dan Masa Depan Legislasi Fiqih Produk Halal di Indonesia: Antara Otoritarianisme Mayoritas dan Jaminan Konstitusional Mayoritas Muslim," *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam*, Vol.14, No.2, 2020, hlm. 90, <https://doi.org/10.24090/mnh.v14i2.3811>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2025, pukul 13.16 WIB.

ketersediaan produk halal dan thayib.⁸

Pemenuhan kebutuhan informasi tentang status halal, sertifikasi halal menjadi sangat penting. Sertifikasi halal diperlukan untuk memastikan kepastian legalitas terhadap suatu produk, sehingga masyarakat muslim dapat mengetahui produk tersebut baik dikonsumsi atau tidak.⁹ Majelis Ulama Indonesia (MUI) memiliki peran sentral dalam memberikan sertifikasi halal, yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang bertujuan untuk melindungi konsumen muslim serta memastikan keadilan dalam praktik bisnis nya.¹⁰

Kondisi dan fenomena tersebut dapat mengakibatkan adanya kedudukan pihak pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Sertifikasi halal tidak hanya memberikan rasa aman kepada pihak konsumen muslim, tetapi juga menjadi salah satu bentuk perlindungan konsumen.¹¹ Konsumen termasuk salah satu pihak

⁸ Dede Al Mustaqim, "Sertifikasi Halal Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen Muslim: Analisis Maqashid Syariah dan Hukum Positif," *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics* , Vol.1, No. 2, 2023, hlm. 6, <https://jurnal.staialbahjah.ac.id/index.php/ab-joeic/article/view/26/38>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2025, pukul 19.00 WIB.

⁹ Maisyarah Rahmi Hasan, *Maqasid Syariah Sertifikasi Halal* (Palembang: Bening Media Publishing, 2021), hlm. 138.

¹⁰ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

¹¹ Muhammad Ilham, et al, "Perlindungan Konsumen terhadap Upaya Labelisasi Halal di Indonesia," *IJBL: Indonesia Journal of Business Law*, Vol.2, No.2, 2023, hlm.59, diakses pada <https://doi.org/10.47709/ijbl.v2i2.2326>, diakses pada tanggal 1 November 2025, pukul 02.38 WIB.

yang memerlukan perlindungan hukum dengan posisi yang cenderung lemah dan sering kali hanya mengikuti ketentuan yang telah ditetapkan pengusaha,¹² hal ini juga bukan hanya permasalahan rasa atau preferensi pribadi, melainkan berkaitan dengan kewajiban agama. Pihak konsumen seringkali mengalami kesulitan dalam memahami informasi mengenai kehalalan suatu produk.

Praktiknya menunjukkan adanya kurangnya transparansi informasi serta potensi penyalahgunaan oleh pelaku usaha terhadap konsumen. Sehingga konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui promosi, cara penjualan serta penerapan perjanjian yang merugikan para pihak konsumen. Berdasarkan informasi pada Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 ini mengatur kewajiban sertifikasi halal untuk produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di Indonesia.¹³ Kegiatan perdagangan ini diharapkan memiliki keseimbangan hak dan kewajiban antara pihak pelaku usaha maupun konsumen. Disisi lain, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan sebuah informasi yang jujur, akurat dan tidak menyesatkan.¹⁴

¹² Nasrudin and Nina Nursari, *Opcit*, hlm. 9

¹³ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

¹⁴ Yuliatun Najwa dan Hilman Nur, "Perlindungan Konsumen Muslim terhadap Risiko Ketidaksesuaian Jaminan Produk Halal dalam Skema Self-Declare," *Journal of Law dan Justice*,

Penyediaan informasi mengenai kehalalan suatu produk memiliki keterkaitan dengan prinsip keterbukaan informasi publik yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 bahwa setiap warga negara berhak untuk memperoleh informasi secara akurat dan tidak menyesatkan.¹⁵ Penyelenggaraan sistem jaminan produk halal, penggunaan label halal pada suatu produk wajib disediakan oleh otoritas yang terkait dengan kewajiban untuk menyampaikan informasi secara terbuka kepada pihak konsumen.

Transparansi informasi ini berfungsi sebagai salah satu unsur penting untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan informasi label halal oleh pelaku usaha.¹⁶ Saat ini sering terjadi permasalahan di beberapa restoran yang terdapat adanya ketidaksesuaian terhadap informasi yang menandakan bahwa tidak semua pelaku usaha berperilaku jujur dan bertanggungjawab atas produk dijualnya yang membuat para pihak konsumen harus lebih berhati-hati dalam memilih produk yang akan dikonsumsi,¹⁷ karena jika label pangan yang

Vol.1, No.2, 2026, hlm. 134, <https://ejournal.risetanakbangsa.id/jlj%0>, diakses pada tanggal 4 November 2025, pukul 22.06 WIB.

¹⁵ Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

¹⁶ Arianti Indah Purwandari dan Ach. Bakhrul Muchtasib, "Analisis Strategi Penanggulangan Penyalahgunaan Sertifikat Halal," in SNAM: Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ, Vol.6, 2025, <https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/SNAM/article/view/5720%0Ahttps://prosiding.pnj.ac.id/index.php/SNAM/article/download/5720/2546>, diakses pada tanggal 5 November 2025, pukul 00.45 WIB.

¹⁷ Tommy Maolana dan Rahmat Hidayat, "Benchmarking Industri Halal: Indonesia dan

diyakini bermanfaat ternyata tidak sesuai mutu dari produk yang dibeli maka konsumen tersebut akan dirugikan, sehingga tidak adanya manfaat dari apa yang dikonsumsi.¹⁸

Salah satu permasalahan yang muncul adalah praktik pencantuman label halal tanpa melalui sertifikasi resmi yang terjadi pada usaha Ayam Goreng Widuran.¹⁹ Pihak pelaku usaha beranggapan bahwa produk yang diproduksinya sudah halal secara substansi dan cukup hanya mencantumkan label kehalalan tanpa melalui proses verifikasi dan sertifikasi dari lembaga yang berwenang. Pasal 19 ayat 1 dan 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan pelaku usaha dapat memberikan pertanggungjawaban yang semestinya kepada konsumen terhadap kerugian yang tidak sesuai dengan informasi yang diberikan.²⁰ Ketentuan ini menegaskan bahwa pelaku usaha memiliki kewajiban untuk menjamin kebenaran atas informasi terkait produk yang diedarkan di masyarakat dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum, sehingga

Malaysia,” *Tasfiyah: Journal of Islamic Law and Sharia Economics*, Vol.2, No.1 , 2026, hlm.8, <https://jurnal.sinesia.id/index.php/tasfiyah/index>, diakses pada tanggal 5 November 2025, pukul 01.39 WIB.

¹⁸ Ahmadi Miru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*, Rajawali Pers, 2011, hlm.138

¹⁹ Fajar Sodiq, “Skandal Kuliner Non-Halal Di Solo – ‘Kita Enggak Tahu Kalau Pakai Minyak Babi, Kita Sangat Kecewa,” BBC.com, 2025, <https://www.bbc.com/indonesia/articles/ce39y7eeve4o>, Diakses pada 3 November 2025, pukul 20.00 WIB.

²⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 19 ayat (1) dan (2).

perlindungan konsumen dapat diwujudkan secara optimal demi terciptanya praktik usaha di bidang kuliner yang lebih transparan, jujur, dan bertanggung jawab kepada masyarakat yang mengonsumsi produk tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka terdapat dua rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana urgensi dan relevansi keterbukaan informasi publik mengenai kehalalan produk makanan dalam menjamin hak konsumen muslim Ayam Goreng Widuran atas kepastian produk yang dikonsumsi?
2. Apakah pengaturan mengenai kewajiban penyampaian informasi kehalalan produk dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia telah memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen muslim Ayam Goreng Widuran?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis urgensi dan relevansi keterbukaan informasi publik mengenai kehalalan produk makanan dalam menjamin hak konsumen muslim atas kepastian hukum terhadap produk Ayam Goreng Widuran yang dikonsumsi.

2. Menganalisis pengaturan kewajiban penyampaian informasi kehalalan produk dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia telah memberikan perlindungan hukum bagi konsumen muslim Ayam Goreng Widuran.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis. Adapun manfaat akademis dan manfaat praktis dari penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini dilakukan agar dapat menjadi wawasan dalam bidang ilmu hukum khususnya pada perlindungan konsumen dan jaminan produk halal yang berkaitan dengan keterbukaan informasi publik.
 - b. Penelitian ini menjadi acuan mengenai perlindungan konsumen terhadap labelisasi halal produk makanan di Indonesia.
2. Secara Praktis
 - a. Hasil dari penelitian ini dilakukan agar dapat menjadi bahan evaluasi dalam menyempurnakan regulasi dan mekanisme pengawasan terkait kewajiban labelisasi halal pada produk makanan.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan informasi kepada pihak pemerintah yang berkepentingan.

E. Orisinalitas Penelitian

Penulis melakukan penelusuran terhadap penelitian sebelumnya dan ditemukan persamaan dan perbedaan sebagai berikut:

No	Penulis	Judul	Tahun	Persamaan	Perbedaan
1	Narita Cesa Astina ²¹	Pemenuhan Hak Atas Konsumen Muslim Terhadap Labelisasi Halal Produk Makanan Cepat Saji Hara Chicken	2024	Membahas mengenai hak konsumen muslim dan labelisasi halal pada produk makanan	Berfokus pada produk makanan UMKM
2	Zilla Rizky Amalia ²²	Perlindungan Hukum Konsumen Muslim Terhadap Pemenuhan Hak Atas Informasi Produk Makanan Cepat Saji Yang Tidak Berlabel Halal di Kabupaten Ponorogo	2024	Membahas mengenai perlindungan konsumen muslim dan hak atas informasi	Memiliki fokus penelitian di wilayah Ponorogo
3	Laluna Nuralika ²³	Perlindungan Hukum	2024	Membahas mengenai	Berfokus

²¹ Narita Cesa Astina, *Pemenuhan Hak atas Konsumen Muslim terhadap Labelisasi Halal Produk Makanan Cepat Saji Hara Chicken*, Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2024.

²² Zilla Rizky Amalia, *Perlindungan Hukum Konsumen Muslim Terhadap Pemenuhan Hak atas Informasi Produk Makanan Cepat Saji yang Tidak Berlabel Halal di Kabupaten Ponorogo*, Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2024.

²³ Laluna Nuralika, *Perlindungan Hukum Konsumen Muslim terhadap Produk Makanan*

		Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Cepat Saji Yang Tidak Bersertifikasi Halal di Restoran Sushi GO! Yogyakarta		produk makanan cepat saji dan sertifikasi halal	mengenai salah satu restoran Sushi di Yogyakarta
4	Jessica Widya Pradani ²⁴	Pemenuhan Hak Atas Informasi Halal Konsumen Muslim Terhadap Produk Kosmetik Laneige	2025	Membahas mengenai hak atas informasi konsumen muslim	Objek dalam penelitian ini produk kosmetik, bukan makanan
5	Farhan Maulana Ibrahim ²⁵	Pemenuhan Hak Atas Informasi Konsumen Muslim Terhadap Labelisasi Halal Pada Produk Mie Instan Impor di KKV Mall Pakuwon	2025	Membahas mengenai labelisasi halal dan hak atas informasi konsumen muslim	Mengkaji pada produk makanan impor

Cepat Saji yang Tidak Bersertifikasi Halal di Restoran Sushi GO! Yogyakarta, Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2024

²⁴ Jessica Widya Pradani, *Pemenuhan Hak Atas Informasi Halal Konsumen Muslim terhadap Produk Kosmetik Laneige*, Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2025.

²⁵ Farhan Maulana Ibrahim, *Pemenuhan Hak Atas Informasi Konsumen Muslim terhadap Labelisasi Halal Produk Mie Instan Impor di KKV Mall Pakuwon Yogyakarta*, Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2025

		Yogyakarta			
--	--	------------	--	--	--

Berdasarkan hasil penelusuran penelitian-penelitian sebelumnya, didapatkan perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan menunjukkan bahwa penelitian ini adalah orisinal.

F. Tinjauan Pustaka

1. Perlindungan Konsumen

Secara yuridis, perlindungan konsumen dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala bentuk upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.²⁶ Kepastian hukum ini menjadi instrumen penting dalam menciptakan keadilan dalam hubungan transaksi antara pelaku usaha dan konsumen, mengingat adanya ketidakseimbangan posisi tawar menawar di antara kedua belah pihak.²⁷ Perlindungan konsumen tidak hanya dipandang sebagai aspek ekonomi semata, melainkan juga sebagai bagian dari perlindungan hak asasi manusia yang melekat pada setiap individu sebagai pengguna barang dan jasa.²⁸

Menurut Shidarta, perlindungan konsumen dibentuk untuk memberikan jaminan terhadap hak-hak konsumen dari praktik usaha

²⁶ Pasal 1 angka 1, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²⁷ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 2014, hlm.178.

²⁸ *Ibid.*

yang merugikan, seperti penyampaian informasi yang tidak benar maupun peredaran produk yang tidak memenuhi standar keamanan.²⁹ Perlindungan tersebut mencakup jaminan bagi konsumen untuk memperoleh barang dan/atau jasa yang sesuai dengan standar mutu, keamanan, serta informasi yang benar dan jelas. Perlindungan konsumen tidak bersifat reaktif semata, melainkan juga preventif, yakni mencegah terjadinya praktik usaha yang merugikan konsumen sejak awal proses produksi hingga distribusi.³⁰ Perlindungan konsumen memiliki fungsi sebagai mekanisme pengawasan sekaligus pengendalian terhadap perilaku pelaku usaha.

Perlindungan konsumen dalam perspektif yang lebih luas bertujuan menciptakan keseimbangan kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha. Ketidakseimbangan informasi (*information asymmetry*) seringkali menyebabkan konsumen tidak mampu menilai kualitas atau risiko suatu produk secara objektif.³¹ Negara berperan melalui regulasi dan lembaga pengawasan guna memastikan terwujudnya prinsip keadilan, kepastian hukum, serta kemanfaatan dalam kegiatan ekonomi. Secara normatif, perlindungan konsumen di Indonesia diatur secara khusus dalam

²⁹Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2004, hlm. 139

³⁰ *Ibid.*

³¹ Shweta Pandey et al, "Tackling Consumer Information Asymmetry and Perceived Uncertainty for Luxury Re- Commerce through Seller Signals," *Journal of Retailing and Consumer Services* 79, 2024,103736.

Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).³² Undang-Undang ini lahir sebagai respons terhadap realitas bahwa konsumen pada umumnya berada dalam posisi yang lemah dibandingkan dengan pelaku usaha, baik dari segi pengetahuan, akses informasi, maupun kekuatan ekonomi.

UUPK menempatkan perlindungan konsumen sebagai bagian dari upaya negara dalam menjamin penghormatan, perlindungan, dan pemenuhan hak asasi manusia.³³ UUPK juga memberikan landasan hukum yang jelas mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, sekaligus menetapkan mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh apabila terjadi pelanggaran.³⁴ Pasal 3 UUPK menyatakan bahwa tujuan perlindungan konsumen antara lain adalah meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri, serta menumbuhkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.³⁵ Ketentuan ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen bukan hanya bertumpu pada penegakan hukum, tetapi juga pada upaya membangun kesadaran hukum dan etika bisnis yang berkeadilan.

³² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

³³ Hani Riadho Nasution dan Abd Harris, "Kedudukan Konsumen dalam Hubungan Hukum dengan Pelaku Usaha di Indonesia," *Locus Journal of Academic Literature Review*, Vol. 4, No. 6, 2025, hlm.4, <https://jurnal.locusmedia.id/index.php/jalr/article/view/572/314>, diakses pada tanggal 3 November 2025, pukul 15.52 WIB.

³⁴ Pembayun E.P, Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam transaksi digital di Marketplace, *Jurnal Fakta Hukum*, Vol. 3, No. 2, 2025, hlm.5, <https://ojsstihpertiba.ac.id/index.php/jfh/article/view/156/123>, diakses pada tanggal 3 November 2025, pukul 19.12 WIB.

³⁵ Pasal 3, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

UUPK juga mengatur hak-hak pelaku usaha sebagai bagian dari keseimbangan hukum dalam hubungan konsumsi. Beberapa hak pelaku usaha yang berkaitan dengan perlindungan hukum antara lain meliputi:³⁶

- a. Mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak beritikad baik.
- b. Melakukan pembelaan diri yang patut dalam penyelesaian sengketa perlindungan konsumen;
- c. Memperoleh hak-hak lain yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pengaturan ini menegaskan bahwa perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk mendiskreditkan pihak pelaku usaha, melainkan menciptakan hubungan hukum yang seimbang dan adil antara kedua belah pihak.³⁷ Kedudukan konsumen dalam praktiknya masih cenderung lemah dibandingkan dengan produsen atau pelaku usaha. Lemahnya posisi konsumen ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor struktural dan sosial.³⁸ *Pertama*, rendahnya pengetahuan konsumen mengenai proses produksi dan distribusi barang dan/atau jasa. Konsumen umumnya tidak memiliki akses

³⁶ Fatmawati dan Romi Faslah, "Urgensi Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum dan Islam," *Jurnal Kajian Hukum dan Kebijakan Publik*, Vol.2, No.2, 2025, hlm.2, <https://jurnal.kopusindo.com/index.php/jkhkp/article/view/918/852>, diakses pada tanggal 3 November 2025, pukul 20.14 WIB.

³⁷ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hlm.37

³⁸ Celine Tri Swi Kristiyanti, *Ibid.*

yang memadai terhadap informasi teknis terkait bahan baku, proses pengolahan, maupun standar keamanan produk, sehingga sangat bergantung pada informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha. *Kedua*, lemahnya kemampuan tawar-menawar konsumen secara ekonomis. Konsumen tidak memiliki alternatif pilihan yang memadai atau berada dalam kondisi kebutuhan mendesak, sehingga terpaksa menerima syarat dan ketentuan yang ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha. Kondisi ini semakin diperparah oleh praktik perjanjian baku (*standard contract*) yang sering kali mengandung klausula merugikan konsumen. *Ketiga*, tingginya tingkat ketergantungan konsumen terhadap suatu produk atau jasa tertentu. Ketergantungan ini dapat disebabkan oleh faktor kebutuhan primer, keterbatasan akses, maupun dominasi pelaku usaha dalam pasar.

Situasi ini konsumen berada dalam posisi yang rentan terhadap praktik usaha yang tidak adil, termasuk penurunan kualitas produk, manipulasi informasi, maupun pelanggaran standar keamanan. Perlindungan konsumen menjadi semakin kompleks ketika dikaitkan dengan aspek syariat islam, khususnya dalam konteks produk pangan dan konsumsi.³⁹ Perlindungan bagi konsumen muslim tidak hanya berkaitan dengan aspek keamanan

³⁹ Ari Mariyana Angriyani, et al, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Muslim Dari Produk Pangan yang Tidak Berlabel Halal dalam Perspektif Hukum Positif yang Terkait di Indonesia dan Di Korea," *Dialogia Iuridica*, Vol. 12, No. 1, 2020, hlm.3.

dan kualitas produk, tetapi juga mencakup kehalalan serta kesesuaian produk dengan prinsip-prinsip syariah.

Perspektif hukum islam, halal dimaknai sebagai segala sesuatu yang diperbolehkan untuk digunakan, dikonsumsi, atau dimanfaatkan sesuai dengan ketentuan syariat.⁴⁰ Al-Quran secara tegas memerintahkan umat islam untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik (*halalan thayyiban*). Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Baqarah (2) : 168

يُهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya : “Wahai Manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu”.⁴¹

Ayat tersebut menunjukkan bahwa kehalalan tidak dapat dipisahkan dari aspek *thayyib* (baik), yang mengandung makna aman, sehat, tidak membahayakan, dan bermanfaat bagi manusia. Oleh karena itu, jaminan kehalalan suatu produk menjadi integral dari perlindungan konsumen yang bersifat substantif dan spiritual sekaligus dimensi dan kesehatan. Pelaku usaha sehingga memiliki tanggung jawab moral dan hukum untuk memastikan bahwa produk yang dipasarkan memenuhi ketentuan tersebut.⁴² Negara dalam hal ini, berperan penting dalam mengawasi dan menjamin terpenuhinya

⁴⁰ Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam* (Jakarta: Robbani Press, 1993), hlm.56

⁴¹ Al- Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 168

⁴² *Ibid*

standar halal melalui regulasi, sertifikasi dan pengawasan yang efektif.⁴³

Kegagalan dalam memberikan perlindungan terhadap aspek syariat ini tidak hanya berimplikasi pada kerugian materiil, tetapi juga pada pelanggaran hak konsumen untuk menjalankan keyakinan agamanya. Perlindungan konsumen harus dipahami sebagai suatu sistem yang komprehensif, yang mencakup aspek hukum, ekonomi, sosial, dan religius.⁴⁴ Perlindungan tersebut tidak hanya menuntut keberadaan regulasi yang memadai, tetapi juga implementasi yang konsisten, penegakan hukum yang tegas, serta peningkatan kesadaran dan literasi konsumen, hanya dengan pendekatan yang menyeluruh inilah tujuan perlindungan konsumen sebagaimana diamanatkan dalam UUPK dapat terwujud secara efektif dan berkeadilan.

2. Regulasi Makanan Halal

Makanan halal merupakan kebutuhan pokok yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan konsumen muslim, mengingat konsumsi makanan tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan biologis, tetapi juga berkaitan erat dengan aspek keimanan dan

⁴³ Mabarroh Azizah, "Peran Negara dalam Perlindungan Konsumen Muslim terhadap Produk Halal", hlm. 162, <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/volksgeist/article/view/5738/2564>, diakses pada tanggal 3 November 2025, pukul 21.18 WIB

⁴⁴ Ahmadi Miru dan Sutarnan Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta:Raja Grafindo Persada), 2011, hlm 53.

ketaatan terhadap ajaran agama Islam.⁴⁵ Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama islam, sehingga jaminan kehalalan makanan menjadi isu strategis yang tidak hanya membentuk dimensi keagamaan, tetapi juga dimensi hukum, sosial, dan ekonomi. Negara memiliki peran penting dalam memastikan bahwa produk pangan yang beredar di masyarakat untuk memenuhi ketentuan halal sesuai dengan syariat islam.⁴⁶

Seiring dengan perkembangan zaman, globalisasi perdagangan, serta kompleksitas proses produksi pangan modern, kebutuhan akan regulasi makanan halal menjadi semakin mendesak. Produk pangan saat ini tidak lagi diproduksi secara sederhana, melainkan melalui proses industri yang melibatkan berbagai bahan tambahan, teknologi, dan rantai pasok yang panjang. Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketidakjelasan status kehalalan suatu produk, sehingga konsumen muslim berada dalam posisi yang rentan terhadap pelanggaran hak untuk mengonsumsi makanan secara halal dan thayyib.⁴⁷

Bentuk tanggung jawab negara dalam melindungi konsumen muslim, pemerintah Indonesia menetapkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Undang-

⁴⁵ Mashudi, *Konstruksi Hukum dan Respons Masyarakat terhadap Sertifikasi Produk Halal* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), 2015, hlm.94

⁴⁶ Mabarroh Azizah, *Opcit* hlm.153

⁴⁷ Burhanuddin Susanto, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal* (Malang: UIN Maliki Press, 2011).hlm.128

Undang ini menjadi dasar hukum utama dalam penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia, sekaligus menegaskan bahwa sertifikasi halal bukan sekedar kebutuhan religius, tetapi juga merupakan instrumen perlindungan konsumen.⁴⁸ Melalui regulasi ini, negara berupaya memberikan kepastian hukum atas kehalalan produk yang dikonsumsi masyarakat, khususnya produk makanan dan minuman.

Menurut Alma Ata, sertifikasi halal wajib bagi produk pangan yang beredar di Indonesia merupakan salah satu bentuk jaminan bahwa produk tersebut telah memenuhi standar syariat islam. Sertifikasi halal berfungsi sebagai instrumen verifikasi dan legitimasi kehalalan suatu produk, sehingga konsumen tidak perlu lagi meragukan status produk yang dikonsumsi. Pandangan ini sertifikasi halal bukan hanya kepentingan konsumen, tetapi juga merupakan kewajiban negara untuk menghadirkan kebijakan publik yang melindungi hak-hak masyarakat.⁴⁹ Pemerintah dituntut untuk merumuskan dan mengimplementasikan kebijakan secara efektif, transparan, serta akuntabel dalam penyelenggaraan jaminan produk halal.

Berlakunya Undang-Undang Jaminan Produk Halal memberikan kepastian hukum terhadap produk makanan dan

⁴⁸ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

⁴⁹ Burhanuddin Susanto, *Ibid*, hlm. 148

barang yang dikonsumsi oleh masyarakat. Kepastian hukum ini penting untuk menciptakan rasa aman bagi konsumen muslim dalam menjalankan ajaran agamanya, sekaligus mendorong pelaku usaha untuk bertanggung jawab dalam proses produksi.⁵⁰ Secara konstitusional, dasar pembentukan regulasi halal dapat ditemukan dalam Pasal 29 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, yang menyatakan bahwa negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan beribadah menurut agama dan kepercayaannya itu.⁵¹

Ketentuan konstitusional tersebut mengandung implikasi bahwa negara tidak hanya menjamin kebebasan beragama secara formal, tetapi juga berkewajiban menciptakan kondisi yang memungkinkan warga negara menjalankan ajaran agamanya secara nyata. Konsumen muslim dalam jaminan tersebut diwujudkan melalui regulasi dan sertifikasi produk halal yang memungkinkan masyarakat mengonsumsi produk sesuai dengan keyakinan agamanya tanpa rasa khawatir. Adapun beberapa pertimbangan utama yang melandasi pembentukan regulasi terkait produk makanan halal antara lain:

⁵⁰ Dewi Faikoh dan Aan Zainul Anwar, "Implementasi Penerapan Standar Jaminan Produk Halal pada Produk UMK (Usaha Mikro dan Kecil) Bersertifikat Halal," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, Vol.8, No.1, 2025, hlm. 16, <https://journal.uir.ac.id/index.php/syarikat/article/view/21626>, diakses pada tanggal 5 November 2025, pukul 02.58 WIB.

⁵¹ Endang Irawan Supriyadi dan Dianing Banyu Asih, "Regulasi Kebijakan Produk Makanan Halal Di Indonesia," *Jurnal Sosial dan Humaniora Universitas*, Vol.1, No.2, 2020, hlm.23

- a. Undang-Undang Dasar 1945 memberikan mandat kepada negara untuk menjamin kebebasan setiap warga negara dalam memeluk dan menjalankan ajaran agama sesuai dengan keyakinannya. Mandat ini menjadi dasar filosofis dan konstitusional bagi pembentukan regulasi jaminan produk halal.⁵²
- b. Perlunya memastikan terpenuhinya hak masyarakat untuk beribadah dan menjalankan ajaran agama secara utuh, termasuk dalam aspek konsumsi pangan, serta memberikan perlindungan dan jaminan atas kehalalan produk yang beredar di masyarakat.
- c. Bahwa produk yang beredar di masyarakat belum seluruhnya memiliki kepastian kehalalan, baik karena belum tersertifikasi maupun karena lemahnya pengawasan terhadap proses produksi dan distribusi.

Sistem penyelenggaraan jaminan produk halal dalam perkembangannya mengalami perubahan signifikan setelah disahkannya Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta kerja. Perubahan yang mendasar salah satu adalah pergeseran peran dalam penerbitan sertifikasi halal, jika sebelumnya Majelis Ulama Indonesia (MUI) memiliki kewenangan utama dalam mengeluarkan sertifikat halal, maka setelah berlakunya regulasi tersebut, kewenangan penerbitan sertifikat halal dialihkan kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH)

⁵² Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945.

sebagai lembaga negara.⁵³

Tugas pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan produk yang sebelumnya dilakukan langsung oleh MUI, kini dilaksanakan oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) yang telah terakreditasi. MUI tetap memiliki peran penting, khususnya dalam penetapan fatwa halal, namun secara administratif dan kelembagaan, penyelenggaraan sertifikasi halal berada di bawah koordinasi BPJPH.⁵⁴ Perubahan ini dimaksudkan untuk memperkuat peran negara dalam menjamin produk halal, meningkatkan efisiensi pelayanan, serta memberikan kepastian hukum yang lebih kuat bagi pelaku usaha dan konsumen.

Peralihan kewenangan ini juga menimbulkan tantangan dalam implementasinya. Pemerintah dituntut untuk memastikan bahwa seluruh peraturan pelaksana, mekanisme kelembagaan, serta koordinasi antar instansi berjalan secara harmonis dan sesuai dengan prinsip hukum yang berlaku di Indonesia tanpa adanya pengaturan yang jelas dan pengawasan yang memadai. Tujuan utama perlindungan konsumen muslim melalui jaminan produk halal berpotensi tidak tercapai secara optimal. Sesuai dengan regulasi dan sertifikasi makanan halal harus dipahami sebagai bagian integral dari

⁵³ Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja.

⁵⁴ Oktoviana Banda Saputri, "Pemetaan Potensi Indonesia Sebagai Pusat Industri Halal Dunia," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol.5, No. 2, 2020, hlm.4, <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/5127/4010>, diakses pada tanggal 5 November 2025, pukul 05.48 WIB

sistem perlindungan konsumen yang bersifat multidimensional.⁵⁵

Regulasi ini tidak hanya bertujuan untuk melindungi kepentingan religius konsumen muslim, tetapi juga berfungsi untuk meningkatkan kualitas produk, memperkuat daya saing industri halal nasional, serta mendorong kepercayaan konsumen di pasar global.⁵⁶ Keberhasilan penyelenggaraan jaminan produk halal sangat bergantung pada konsistensi regulasi, pengaturan kelembagaan, serta komitmen negara dalam menjamin hak-hak konsumen secara berkeadilan.⁵⁷

3. Keterbukaan Informasi

Keterbukaan informasi merupakan salah satu prinsip fundamental dalam penyelenggaraan pemerintahan yang demokratis dan berorientasi pada kepentingan publik. Menurut pendapat Syahrul Mustofa, keterbukaan merupakan wujud dari sikap yang jujur, adil, serta terbuka terhadap pendapat maupun kritik dari pihak lain. Prinsip keterbukaan tidak hanya menuntut adanya transparansi dalam penyampaian informasi, tetapi juga menghendaki adanya kesediaan dari penyelenggara negara untuk menerima masukan masyarakat sebagai bagian dari proses pengambilan kebijakan publik. Keterbukaan informasi menjadi

⁵⁵ Mashudi, *Opcit*, hlm.278

⁵⁶ Tommy Maolana dan Rahmat Hidayat, "Benchmarking Industri Halal: Indonesia dan Malaysia," *Tasfiyah: Journal of Islamic Law and Sharia Economics*, Vol. 2, No. 1, 2026, hlm. 5, https://www.researchgate.net/publication/401669598_Benchmarking_Industri_Halal_Indonesia_dan_Malaysia, diakses pada tanggal 5 November 2025, pukul 06.20 WIB

⁵⁷ *Ibid.*

instrumen penting untuk mewujudkan pemerintahan yang partisipatif, responsif, dan akuntabel.⁵⁸

Keterbukaan informasi publik memiliki peran strategis dalam menjamin terpenuhinya hak masyarakat untuk mengetahui berbagai kebijakan dan aktivitas yang dilakukan oleh badan publik. Informasi yang terbuka dan mudah diakses memungkinkan masyarakat untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya pemerintahan, sekaligus mencegah terjadinya praktik penyalahgunaan kekuasaan.⁵⁹ Keterbukaan informasi ini tidak hanya dipandang sebagai hak, tetapi juga sebagai saran kontrol sosial dalam kehidupan bernegara.

Prinsip keterbukaan informasi publik diatur secara khusus dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP). Undang-Undang ini menjadi tonggak penting dalam penguatan demokrasi dan perlindungan hak warga negara atas informasi. UU KIP mengatur beberapa aspek utama, antara lain:⁶⁰

- a. Hak setiap orang untuk memperoleh informasi publik;
- b. Kewajiban badan publik untuk menyediakan, membuka, dan mempublikasikan informasi yang berada di bawah kewenangannya;

⁵⁸ Syahrul Mustofa, *Hukum Keterbukaan Informasi Publik Indonesia*, (Guepedia, 2020), hlm. 32

⁵⁹ *Ibid.*

⁶⁰ Pasal 2, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

- c. Mekanisme permohonan informasi, keberatan, dan penyelesaian sengketa informasi, termasuk pengaturan mengenai informasi yang dikecualikan.

Pengaturan tersebut menunjukkan bahwa keterbukaan informasi bukanlah kebijakan yang bersifat absolut, melainkan tetap memperhatikan kepentingan tertentu yang dilindungi oleh hukum. Perlindungan konsumen, keterbukaan informasi publik memiliki relevansi yang sangat kuat. Konsumen sebagai pengguna barang dan/jasa membutuhkan informasi yang benar, jelas, dan jujur untuk dapat mengambil keputusan secara rasional dan bertanggung jawab tanpa adanya keterbukaan informasi, konsumen berada dalam posisi yang rentan terhadap praktik usaha yang merugikan, seperti penyesatan informasi, manipulasi label, maupun penyembunyian fakta penting terkait produk yang dikonsumsi.⁶¹

Keterbukaan informasi publik juga berperan dalam mencegah terjadinya praktik penyalahgunaan kekuasaan, baik oleh aparat pemerintah maupun oleh pelaku usaha.⁶² Kaitannya dengan jaminan produk halal, keterbukaan informasi publik menjadi aspek yang tidak terpisahkan dari upaya perlindungan konsumen muslim.

⁶¹ E S Monica, "Hak Konsumen atas Informasi Produk dalam Perspektif Hukum dan Etika Bisnis," *Innovative: Journal of Social Science Research*, Vol. 5, No. 4, 2025, hlm.2, <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>, diakses pada tanggal 5 November 2025, pukul 08.48 WIB.

⁶² Ratna Sari and M Muslim, "Public Budget Transparency and Accountability in Preventing Corruption and Inefficiency," *Advances in Management & Financial Reporting* 4, no. 1, 2025, hlm.5, <https://advancesinresearch.id/index.php/AMFR/article/view/467/485>, diakses pada tanggal 6 November 2025, pukul 11.00 WIB

Konsumen muslim memiliki kebutuhan khusus untuk memperoleh informasi yang akurat dan dapat dipercaya terkait status kehalalan produk makanan dan minuman yang dikonsumsi.⁶³ Informasi tersebut tidak hanya mencakup keberadaan sertifikat halal, tetapi meliputi bahan baku, proses produksi, penggunaan zat tertentu, serta potensi kandungan khamr atau zat haram lainnya.

Jaminan sertifikasi halal tanpa disertai keterbukaan informasi yang memadai berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum bagi konsumen. Keterbukaan informasi dalam sistem jaminan produk halal harus dipahami tidak hanya sebagai kewajiban administratif, tetapi juga sebagai bentuk perlindungan substantif terhadap hak konsumen. Keterbukaan ini memungkinkan konsumen untuk melakukan verifikasi secara mandiri, sekaligus meningkatkan kepercayaan publik terhadap sistem sertifikasi halal yang diselenggarakan oleh negara.⁶⁴

Prayuti berpendapat bahwa label halal tidak hanya merupakan simbol keagamaan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana informasi publik yang memberikan jaminan kepastian hukum dan perlindungan hukum bagi konsumen muslim. Label halal menjadi media komunikasi antara produsen, negara, dan konsumen yang

⁶³ Salzabila Musa dan Atik Krustiyati, "The Importance of Transparency in Halal Certification for Protecting Muslim Consumers," *Jurnal Ar Ro'is Mandalika (ARMADA)*, Vol. 6, No. 2, 2025, hlm. 3, <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/armada/article/view/5717/4572>, diakses pada tanggal 6 November 2025, pukul 13.00 WIB.

⁶⁴ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm 93.

menyampaikan bahwa produk tersebut telah melalui proses pemeriksaan dan dinyatakan sesuai dengan standar syariat Islam.⁶⁵ Label halal memiliki nilai hukum, sosial dan ekonomis yang signifikan sebagai sarana informasi publik. Ketidakjelasan atau penyalahgunaan label halal dapat menimbulkan kerugian tidak hanya secara materiil, tetapi secara spiritual bagi konsumen muslim. Negara memiliki kewajiban untuk menjamin keterbukaan informasi terkait label halal, termasuk untuk memastikan bahwa informasi tersebut dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan secara hukum.

Kewajiban negara dalam menjamin keterbukaan informasi juga sejalan dengan prinsip perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.⁶⁶ Undang-undang tersebut ditegaskan bahwa konsumen berhak atas informasi yang jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Keterbukaan informasi publik ini menjadi titik temu antara hukum keterbukaan informasi, perlindungan konsumen serta jaminan produk halal. Adanya keterbukaan informasi yang transparan dan akuntabel, diharapkan dapat tercipta nya hubungan yang lebih seimbang

⁶⁵Yuyut Prayuti, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Muslim Melalui Pencantuman Label Halal Pada Produk Pangan di Indonesia" *Jurnal Interpretasi Hukum*, 2023, hlm.20,

⁶⁶ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

antara pelaku usaha, pemerintah dan konsumen. Keterbukaan ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan publik, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk lebih bertanggung jawab dalam menjalankan kegiatan produksinya.

G. Metode Penelitian

Menurut pendapat Barda Nawawi, penelitian merupakan hukum yang menitikberatkan pada pengkajian terhadap norma-norma hukum positif sebagai objek utama dengan metode dan cara tertentu, sistematis dan mengikuti langkah-langkah tertentu.⁶⁷

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian normatif. Penelitian normatif dilakukan dengan studi dokumen seperti bahan hukum berupa perundang-undangan, putusan dan teori hukum yang dikembangkan atas doktrin yang dianut.⁶⁸

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian dalam penulisan ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan kasus (*case approach*) dan pendekatan konseptual. Melalui pendekatan ini, pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah seluruh undang-undang dan regulasi yang berkaitan dengan permasalahan hukum yang diteliti, khususnya mengenai

⁶⁷ Barda Arief, *Masalah Penegakan Hukum dan Kebijakan Hukum Pidana dalam Penanggulangan Kejahatan* (Kencana Prenada Media Group, 2018), hlm 52.

⁶⁸ Soetandjo Wignjoesebroto, *Hukum Paradigma, Metode dan Dinamika Masalahnya*, Huma, Jakarta, 2002, hlm. 148.

perlindungan konsumen serta jaminan produk halal Ayam Goreng Widuran. Pendekatan kasus dilakukan dengan menganalisis yang berkaitan dengan penelitian penulis. Penulis juga melakukan pendekatan konseptual yang digunakan untuk memahami konsep hukum yang diperoleh dari doktrin atau pendapat para ahli hukum.⁶⁹

3. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah:

- a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- b. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH)

4. Sumber Data Penelitian

- a. Data Primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- 3) Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik
- 4) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha

⁶⁹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta:Kencana Prenada Media Group, hlm.177.

Mikro, Kecil, Menengah (UMKM)

- 5) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan
- 6) Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH)
- 7) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja
- 8) Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan
- 9) Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label Pangan Halal dan Haram.

b. Data Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan yang tidak memiliki kekuatan mengikat secara yuridis dan menguraikan bahan hukum primer. Sumber sekunder terdiri dari buku, skripsi, jurnal hukum, ensiklopedia dan kamus hukum.

c. Data Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan yang memberikan penjelasan awal atau definisi dari konsep-konsep hukum yang terdiri dari buku maupun teks terkait dengan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan di mana penelitian ini dilakukan dengan menelaah berbagai sumber tertulis yang terdiri dari buku, jurnal ilmiah, karya tulis, peraturan

perundang-undangan serta sumber internet yang relevan mengenai topik dan tema dalam penelitian penulis.

6. Analisis Data

Data yang telah diperoleh dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teori yang telah dipilih dalam kerangka studi pustaka. Analisis yang digunakan oleh penulis yaitu analisis deskriptif kualitatif dalam bentuk narasi dan kesimpulan, sehingga dapat memberikan pemahaman secara komprehensif dan menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini

H. Kerangka Skripsi

Sistem penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, orisinalitas penelitian, metode penelitian, kerangka skripsi, dan daftar pustaka.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan sesuai dengan judul yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan hal – hal yang dikaji mengenai perlindungan konsumen, regulasi makanan halal, dan keterbukaan informasi.

BAB III : PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas mengenai urgensi relevansi keterbukaan informasi publik produk makanan dalam menjamin hak konsumen

muslim terhadap kepastian produk yang dikonsumsi serta mengenai kewajiban penyampaian labelisasi halal dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia dalam memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen muslim.

BAB IV : PENUTUP

Bab ini membahas yang berisi kesimpulan serta saran dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan dengan perlindungan hukum konsumen muslim melalui kewajiban keterbukaan informasi kehalalan produk.



BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN, JUAL BELI, KEHALALAN, LABEL HALAL, DAN KETERBUKAAN INFORMASI

A. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen pada dasarnya merupakan bagian dari sistem hukum yang dibentuk untuk menjamin hak-hak konsumen dalam kegiatan transaksi barang atau jasa.⁷⁰ Keberadaan perlindungan ini menjadi penting, karena dalam praktiknya konsumen sering berada pada posisi yang lebih lemah dibandingkan pelaku usaha, baik dari segi informasi, ekonomi, maupun akses terhadap keadilan.

Definisi perlindungan konsumen dapat ditemukan dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala bentuk upaya yang menjamin adanya kepastian hukum guna memberikan perlindungan kepada konsumen.⁷¹ Rumusan tersebut menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya terbatas pada penyelesaian sengketa setelah terjadinya kerugian, tetapi juga mencakup langkah-langkah preventif

⁷⁰ Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm.21

⁷¹ Pasal 1 angka 1, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

untuk mencegah timbulnya kerugian sejak awal transaksi.⁷²

Menurut Az. Nasution, perlindungan konsumen merupakan keseluruhan prinsip dan norma hukum yang mengatur hubungan antara konsumen dan pihak-pihak yang menyediakan barang dan/atau jasa.⁷³ Pandangan ini menekankan bahwa perlindungan konsumen tidak berdiri sendiri, melainkan menjadi bagian dari sistem hukum ekonomi yang mengatur interaksi antara berbagai subjek hukum dalam kegiatan perdagangan.

Sejalan dengan itu, Shidarta berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen dibentuk untuk memberikan jaminan terhadap hak-hak konsumen dari praktik usaha yang merugikan, seperti penyampaian informasi yang tidak benar, penggunaan klausula baku yang memberatkan, maupun peredaran produk yang tidak memenuhi standar keamanan.⁷⁴ Perlindungan konsumen memiliki fungsi sebagai mekanisme pengawasan sekaligus pengendalian terhadap perilaku pelaku usaha.

Perspektif yang lebih luas, perlindungan konsumen bertujuan menciptakan keseimbangan kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha.⁷⁵ Ketidakseimbangan informasi (*information asymmetry*) seringkali menyebabkan konsumen tidak mampu menilai kualitas

⁷² Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, 2008, hlm. 8

⁷³ Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*, 2006, hlm 33.

⁷⁴ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, 2004, Jakarta; Grasindo, hlm 107.

⁷⁵ Bisma Putra Pratama dan Wira Okta Viana, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Purbalingga: CV Eureka Media Aksara, 2025), hlm.34.

atau risiko suatu produk secara objektif. Negara berperan melalui regulasi dan lembaga pengawasan guna memastikan terwujudnya prinsip keadilan, kepastian hukum, serta kemanfaatan dalam kegiatan ekonomi.⁷⁶

Perlindungan konsumen juga diarahkan untuk meningkatkan kesadaran dan kemandirian konsumen dalam memperjuangkan haknya. Perlindungan ini mencakup aspek edukasi, pengawasan produk, penegakan hukum, serta penyediaan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif.⁷⁷ Sistem perlindungan konsumen tidak hanya berorientasi pada pemberian sanksi, tetapi juga pada pembinaan dan pencegahan.⁷⁸ Secara konseptual, tujuan perlindungan konsumen meliputi:

- a. Menjamin kepastian hukum bagi konsumen;
- b. Meningkatkan kualitas dan keamanan barang dan/atau jasa;
- c. Mendorong tanggung jawab pelaku usaha;
- d. Menciptakan iklim usaha yang sehat dan berkeadilan;
- e. Mengangkat martabat konsumen sebagai subjek hukum yang memiliki hak.

Kesewenang-wenangan akan mengakibatkan ketidakpastian

⁷⁶ Bambang Sutiyoso, "Perlindungan Konsumen dan Keseimbangan Para Pihak dalam Transaksi Perdagangan," *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 28, no. 3, 2021, hlm.456–472.

⁷⁷ Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Panta Rei, 2005, hlm. 284

⁷⁸ Budi Agus Riswandi, *Buku Ajar Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, FH UII Press, Yogyakarta, 2022, hlm. 87

hukum. Segala upaya memberikan jaminan akan kepastian hukum, secara kualitatif ditentukan dalam undang-undang perlindungan konsumen dan undang-undang lainnya yang juga dimaksudkan dan masih berlaku untuk memberikan perlindungan konsumen, baik dalam bidang hukum privat (perdata) maupun bidang hukum publik (hukum pidana dan hukum administrasi negara). Keterlibatan berbagai disiplin ilmu sebagaimana dikemukakan diatas, memperjelas kedudukan hukum perlindungan konsumen berada dalam kaitan hukum ekonomi.

2. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

Istilah konsumen berasal dari bahasa Inggris, yaitu *consumer*, serta dari bahasa Belanda, yaitu *consument* atau *konsument*. Secara etimologis, kata *consumer* diartikan sebagai setiap individu yang memakai atau memanfaatkan barang dan/atau jasa. Menurut Az. Nasution, pengertian konsumen dapat dibedakan ke dalam beberapa kategori, yaitu sebagai berikut:⁷⁹

- a. Konsumen adalah setiap orang yang memperoleh barang dan/atau jasa untuk dipergunakan sesuai dengan tujuan tertentu.
- b. Konsumen antara merupakan pihak yang mendapatkan barang dan/atau jasa dengan maksud untuk mengolahnya kembali menjadi barang dan/atau jasa lain atau untuk diperjualbelikan.

Konsumen akhir adalah setiap orang yang memperoleh dan

⁷⁹ Az Nasution, *Opcit*, hlm. 28

menggunakan barang dan/atau jasa guna memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangga, serta tidak untuk tujuan komersial atau diperdagangkan kembali.⁸⁰

Berdasarkan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud dengan konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, serta tidak untuk tujuan diperjualbelikan kembali.⁸¹ Ketentuan ini menegaskan bahwa konsumen dalam konteks undang-undang tersebut adalah pemakai akhir (*end user*), bukan pihak yang memanfaatkan barang atau jasa untuk kegiatan komersial. Pasal 1 angka 3 Undang-Undang yang sama dijelaskan bahwa pelaku usaha adalah setiap individu atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan aktivitas usaha dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia.⁸²

Kegiatan tersebut dapat dijalankan secara sendiri maupun bersama-sama melalui suatu perjanjian untuk menyelenggarakan usaha dalam berbagai sektor ekonomi. Undang-undang tersebut menjelaskan yang termasuk dalam kategori pelaku usaha meliputi

⁸⁰ *Ibid*, hlm. 25

⁸¹ Pasal 1 angka 3, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁸² A. Qirom Syamsudin Meliala, *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya*, Liberty: Yogyakarta, 1985, hlm. 51

berbagai bentuk entitas, seperti perusahaan, korporasi, badan usaha milik negara (BUMN), koperasi, importir, distributor, pedagang, dan bentuk usaha lainnya yang menjalankan aktivitas ekonomi.

Mengenai kemitraan, Pasal 1 angka 13 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menyebutkan bahwa kemitraan adalah bentuk kerja sama dalam keterkaitan usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang didasarkan pada prinsip saling membutuhkan, saling mempercayai, saling memperkuat, dan saling menguntungkan, dengan melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Usaha Besar.⁸³

Pengertian kemitraan juga ditegaskan dalam Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan yang mendefinisikan kemitraan sebagai kerja sama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah dan/atau usaha besar.⁸⁴ Kerja sama tersebut disertai dengan pembinaan serta pengembangan oleh usaha menengah dan/atau usaha besar, dengan tetap berpegang pada asas saling membutuhkan, saling memperkuat, dan saling memberikan manfaat.⁸⁵

Kemitraan menurut Kian Wie merupakan kerjasama usaha antar perusahaan besar atau menengah yang bergerak di sektor produksi

⁸³ Pasal 1 angka 13, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.

⁸⁴ Pasal 1 angka 1, Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan.

⁸⁵ Mohammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1999, hlm. 4

barang – barang maupun di sektor jasa dengan industri kecil berdasarkan atas asas saling membutuhkan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.⁸⁶

Terkait hak dan konsumen terhadap aturan yang ada;

1) Hak dan Kewajiban Konsumen

Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak sebagai berikut:⁸⁷

- a. Hak atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapat advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
- g. Hak untuk diperlakukan dan dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang - undangan lainnya.

⁸⁶ Thee Kian Wie, *Dialog Kemitraan dan Keterkaitan Usaha Besar dan Kecil dalam Sektor Industri Pengolahan* (Jakarta: Gramedia, 1992).hlm 188.

⁸⁷ Pasal 4, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Hak atas informasi dalam hukum perlindungan konsumen merupakan salah satu hak yang bersifat sangat fundamental.⁸⁸ Informasi yang akurat, jelas, dan transparan menjadi landasan penting bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian barang dan/atau jasa sehingga dapat memenuhi kebutuhan mereka secara tepat,⁸⁹ tanpa pemenuhan hak atas informasi yang memadai, konsumen berpotensi mengambil keputusan yang salah karena kurangnya pemahaman terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Pemberian keterangan yang tidak benar, tidak lengkap, atau menyesatkan oleh pelaku usaha dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen dan mencederai hak-haknya.

Tindakan ini tidak hanya bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen, tetapi juga berpotensi menjadi dasar pertanggungjawaban hukum pelaku usaha.⁹⁰ Pelaku usaha tidak boleh mengandalkan kekeliruan atau ketidaktahuan konsumen sebagai strategi pemasaran. Hak untuk memperoleh informasi yang cukup juga berkaitan dengan tantangan dalam transaksi digital. Ketidakpatuhan

⁸⁸ Rizkita Dinar Anggraini dan Sinarianda Kurnia Hartantien, "Perlindungan Konsumen atas Hak Informasi dalam Melakukan Transaksi Online," *Jurnal Hukum dan Keadilan*, Vol.13, No. 1, 2023, hlm. , <https://ejournal.fh.ubhara.ac.id/index.php/judiciary/article/view/240/226>, diakses pada tanggal 6 November 2025, pukul 19.46 WIB.

⁸⁹ Eka Syafrina Monica, et.al., "Hak Konsumen atas Informasi Produk dalam Perspektif Hukum dan Etika Bisnis," *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, Vol. 5, No. 4, 2025, hlm. 3788, <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>, diakses pada tanggal 6 November 2025, pukul 20.13 WIB

⁹⁰ Syarah Tilawah Hasugian, et al, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Hak Informasi dalam Transaksi Jual Beli Online," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Malikussaleh* Vol. 6, No.. 2 , 2023, hlm.72–89, <https://ojs.unimal.ac.id/jimfh/article/view/8187/pdf>, diakses pada tanggal 6 November 2025, pukul 21.47 WIB.

pelaku usaha dalam memberikan informasi yang jelas masih sering ditemukan di perdagangan elektronik, sehingga konsumen harus lebih berhati-hati dalam setiap transaksi.⁹¹ Ketersediaan informasi yang benar dan lengkap memungkinkan konsumen memahami karakteristik produk secara menyeluruh dan menghindari risiko kerugian yang mungkin timbul akibat kesalahan penggunaan produk.

Penyampaian informasi kepada konsumen dapat dilakukan melalui berbagai sarana, baik secara lisan maupun tertulis. Informasi tertulis umumnya dicantumkan pada label kemasan produk, sedangkan informasi tambahan dapat disampaikan melalui media promosi seperti iklan di media cetak maupun elektronik.⁹² Ketersediaan informasi yang lengkap dan akurat berperan penting dalam membantu konsumen memahami karakteristik produk serta risiko penggunaannya. Informasi yang transparan juga mendorong terbentuknya kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas dan daya saing perusahaan di pasar.⁹³

Hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha, perlindungan hukum diperlukan untuk menjaga keseimbangan posisi para pihak.

⁹¹ Yohana Adelia Regar, et al, "Tinjauan Yuridis Hak Konsumen terhadap Transparansi Informasi Produk dalam Transaksi Digital di Indonesia," *Lex Administratum*, Vol. 13, No. 3, 2025, hlm.5, <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/administratum/article/view/62970/49935>, diakses pada tanggal 6 November 2025, pukul 22.34 WIB.

⁹² Farid Wajdi dan Diana Susanti, *Kebijakan Hukum Produk Halal di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2021) hlm.66

⁹³ Celina Tri Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2022), hlm. 28

Konsumen seringkali berada dalam kondisi yang kurang menguntungkan akibat keterbatasan akses informasi maupun pemahaman teknis terhadap produk. Hukum perlindungan konsumen hadir untuk menjamin kepastian, keadilan, serta kemanfaatan dalam setiap transaksi,⁹⁴ selain memperoleh hak, konsumen juga memiliki kewajiban sebagaimana diatur Pasal 5 Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu membaca dan mengikuti petunjuk penggunaan barang dan/atau jasa demi keamanan, beritikad baik dalam bertransaksi, membayar sesuai nilai yang disepakati, serta mengikuti penyelesaian sengketa secara patut. Ketentuan ini menunjukkan bahwa sistem perlindungan konsumen tidak hanya menekankan pada hak, tetapi juga tanggung jawab konsumen dalam menciptakan hubungan hukum yang seimbang.⁹⁵

2) Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Berdasarkan pada Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha memiliki hak sebagai berikut.⁹⁶

- a) *Hak untuk dapat menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.*
- b) *Hak untuk mendapat perlindungan hukum dan tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.*
- c) *Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.*
- d) *Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.*

⁹⁴ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014). hlm 132.

⁹⁵ Pasal 5, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁹⁶ Pasal 6, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- e) *Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.*

Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dijelaskan bahwa para produsen atau pihak pelaku usaha ini telah memiliki beberapa kewajibannya, yakni sebagai berikut.⁹⁷

- a) *Bertindak baik dalam melakukan kegiatan usahanya.*
- b) *Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.*
- c) *Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.*
- d) *Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.*
- e) *Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.*
- f) *Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.*
- g) *Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.*

Kewajiban pelaku usaha untuk bertindak dengan itikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya yang merupakan prinsip fundamental dalam hukum perjanjian. Asas itikad baik menjadi landasan moral sekaligus yuridis yang mengikat para pihak dalam setiap hubungan kontraktual. Ketentuan mengenai itikad baik secara eksplisit diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menegaskan bahwa setiap perjanjian harus dilaksanakan dengan

⁹⁷ Pasal 7, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

itikad baik.⁹⁸ Ketentuan tersebut mengandung makna bahwa seluruh kesepakatan yang dibuat oleh para pihak menimbulkan hubungan hukum yang bersifat khusus. Hal tersebut, masing-masing pihak wajib menjalankan hak dan kewajibannya secara jujur, patut, dan tidak merugikan pihak lainnya.

Dalam hukum perlindungan konsumen, asas itikad baik wajib diterapkan oleh kedua belah pihak, yaitu konsumen dan pelaku usaha. Akan tetapi, pelaku usaha memiliki tanggung jawab yang lebih besar karena keterlibatannya mencakup seluruh rangkaian kegiatan usaha, sejak perancangan produk hingga produk tersebut dipasarkan kepada konsumen.⁹⁹ Itikad baik pelaku usaha tidak hanya diukur pada saat transaksi berlangsung, tetapi sejak awal produk tersebut dirancang dan diedarkan ke masyarakat.

Kewajiban konsumen untuk beritikad baik umumnya berkaitan dengan pelaksanaan transaksi pembelian, seperti melakukan pembayaran sesuai kesepakatan serta tidak menyalahgunakan haknya.¹⁰⁰

Perbedaan penekanan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa potensi kerugian konsumen dapat muncul sejak tahap produksi apabila pelaku

⁹⁸ Pasal 1338 ayat (3), Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

⁹⁹ Anggraini dan Hartantien, "Perlindungan Konsumen atas Hak Informasi dalam Melakukan Transaksi Online, *Jurnal Hukum dan Keadilan*, 2023, hlm.3, <https://ejournal.fh.ubhara.ac.id/index.php/judiciary/article/view/240/226>, diakses pada tanggal 6 November 2025, pukul

¹⁰⁰ Hasugian, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online" *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Malikussaleh*, Vol. 6, No. 2, 2023, hlm.72–89,

usaha tidak menjalankan kewajibannya secara jujur dan transparan.¹⁰¹

Risiko kerugian yang mungkin dialami pelaku usaha pada umumnya terjadi pada tahap transaksi, misalnya akibat wanprestasi atau tindakan tidak jujur dari konsumen.

B. Tinjauan Umum tentang Perjanjian Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Menurut Pasal 1457 Kitab Undang- Undang Hukum Perdata, perjanjian jual beli adalah perjanjian yang menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak, yaitu penjual untuk menyerahkan barang atau jasa serta kewajiban pembeli untuk membayar sejumlah uang sebagai bentuk pertukaran atas barang atau jasa yang diterimanya.¹⁰² Menurut C.S.T Kansil perjanjian adalah sesuatu kesepakatan antara dua pihak atau lebih yang mana pihak yang satu berjanji akan menyerahkan suatu barang dan pihak yang lain membayar harga yang telah disetujui atau disepakati.¹⁰³

Perjanjian jual beli merupakan kesepakatan antara kedua belah pihak, dimana penjual berkewajiban menyerahkan barang yang menjadi objek transaksi, sedangkan pihak pembeli berkewajiban membayar sejumlah harga yang telah disepakati, melalui pengalihan

¹⁰¹ Yusnedi Achmad, *Aspek Hukum dalam Ekonomi*, (Sleman: Deepublish, 2015), hlm.160

¹⁰² A Qirom Syamsudin Meliala, *Pokok-pokok Hukum Perjanjian beserta Pengembangannya*, Yogyakarta, Liberty, 2010, hlm. 38.

¹⁰³ C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka, 1958, hlm.1.

hak milik atas suatu barang dari penjual kepada pembeli dengan imbalan berupa sejumlah uang.¹⁰⁴

2. Unsur-unsur Perjanjian Jual Beli

Asas Konsensualisme dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, unsur pokok dalam perjanjian jual beli adalah adanya barang dan harga. Perjanjian jual beli dianggap lahir dan sah secara hukum secara para pihak mencapai kesepakatan mengenai objek yang diperjualbelikan serta harga yang disepakati.¹⁰⁵ Menurut Pasal 1458 KUHPerdata, perjanjian jual beli bersifat konsensualisme, yang menyatakan para pihak lahir dan mengikat sejak tercapainya kesepakatan mengenai barang dan harga yang diperjualbelikan, dengan disahkan nya perjanjian jual beli tidak bergantung pada penyerahan barang maupun pelunasan harga terlebih dahulu.¹⁰⁶

3. Syarat Sah Perjanjian Jual Beli

Syarat sah perjanjian jual beli diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata sebagai berikut:

- a. Adanya kesepakatan yang mengikat
- b. Kecakapan para pihak untuk membuat suatu perjanjian
- c. Mengenai suatu hal tertentu
- d. Adanya sebab yang halal

¹⁰⁴ Ahmadi Miru dan Sakka Pati, *Hukum Perjanjian Penjelasan Makna Pasal-pasal Perjanjian Bernama dalam KUHPerdata (BW)*, Ctk. Pertama, Sinar Grafika, Jakarta Timur, 2020, hlm.5.

¹⁰⁵ *Ibid.*, hlm.2

¹⁰⁶ Subekti, *Op.Cit.*, hlm.39

Menurut subekti, syarat kesepakatan dan kecakapan adalah syarat subjektif karena berkaitan dengan subjek hukum yang membuat perjanjian.¹⁰⁷ Syarat di atas dibagi menjadi dua kelompok, yaitu sebagai berikut:¹⁰⁸

- e. Syarat subjektif yaitu adanya kata sepakat dan kecakapan, yang menyangkut syarat subjek dari perjanjian dan harus dipenuhi oleh para pihak, di mana orang itu telah sepakat untuk membuat perjanjian dan cakap membuat perjanjian;
- f. Syarat objektif yaitu objek perjanjian yang meliputi suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal;

C. Tinjauan Umum tentang Kehalalan

1. Konsep Kehalalan dalam Perspektif Islam

Secara etimologis, kata *halal* berasal dari bahasa Arab “*halla-yahillu- halalan*” yang berarti sesuatu yang dilepaskan, diperbolehkan, atau tidak terikat larangan syariat, dalam terminologi hukum Islam, halal dimaknai sebagai segala sesuatu yang diperbolehkan untuk digunakan, dikonsumsi, atau dimanfaatkan sesuai dengan ketentuan syariat.¹⁰⁹ Konsep halal tidak hanya menyangkut zat suatu produk, tetapi juga mencakup proses perolehan, pengolahan, penyimpanan, distribusi, hingga

¹⁰⁷ *Ibid.*, hlm. 15

¹⁰⁸ Eko Rial Nugroho, *Penyusunan Kontrak: Kontrak Konvensional dan Syariah di Bawah Tangan*, Rajawali Pers, Depok, 2021, hlm.23.

¹⁰⁹ Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, Jakarta:Robbani Press, 2013, hlm.88

penyajianannya.¹¹⁰ Al- Quran secara tegas memerintahkan umat Islam untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik (*halalan thayyiban*), sebagaimana firman Allah dalam QS. Al Baqarah (2) : 168

أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.” (QS. Al-Baqarah [2]: 168)¹¹¹

QS. Al-Māidah (5): 88 Allah

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾

Artinya: “Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kepada-Nya kamu beriman” (QS. Al-Maidah [5]: 88).¹¹²

Kedua ayat tersebut menunjukkan bahwa kehalalan tidak dapat dipisahkan dari aspek *thayyib* (baik), yang mengandung makna aman, sehat, tidak membahayakan, dan bermanfaat bagi manusia. Konsep halal dalam Islam memiliki dimensi normatif (kepatuhan terhadap hukum syariat) sekaligus dimensi etis dan kesehatan.

2. Kehalalan dalam Perspektif Hukum Positif Indonesia

Kehalalan produk dalam sistem hukum Indonesia merupakan bagian dari perlindungan terhadap hak konstitusional warga negara, khususnya umat Islam, dalam menjalankan ajaran agamanya. Secara

¹¹⁰ Norma Sari, *Perlindungan Konsumen Obat: Tinjauan Umum Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia*, (Yogyakarta: UAD Press, 2021), hlm. 105

¹¹¹ Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 168

¹¹² *Ibid.*

konstitusional, Pasal 29 ayat (2) UUD 1945 menjamin kemerdekaan setiap penduduk untuk memeluk agama dan beribadah menurut agamanya.¹¹³ Jaminan tersebut tidak hanya bersifat spiritual, tetapi juga mencakup perlindungan terhadap praktik kehidupan sehari-hari, termasuk dalam mengonsumsi makanan yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Negara memiliki kewajiban untuk menghadirkan regulasi yang memberikan kepastian hukum atas kehalalan produk yang beredar di masyarakat.¹¹⁴

Pengaturan kehalalan produk secara khusus diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Undang-undang ini menjadi dasar hukum utama dalam sistem jaminan produk halal di Indonesia. Pasal 1 angka 1 disebutkan bahwa Produk Halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.¹¹⁵ Ketentuan ini menunjukkan bahwa standar kehalalan yang digunakan dalam hukum nasional tetap merujuk pada prinsip-prinsip hukum Islam, namun dilembagakan melalui mekanisme hukum negara.

UU JPH juga menegaskan dalam Pasal 4 bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Ketentuan ini menandai perubahan paradigma dari

¹¹³ Pasal 29 ayat (2), Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

¹¹⁴ M. Atho Mudzhar dan Choirul Fuad Yusuf, *Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam Perspektif Hukum dan Perundang-Undangan*, (Jakarta: Puslitbang kehidupan Keagamaan, Badan Litbang dan Diklat, Kementerian Agama, 2011), hlm.224

¹¹⁵ Pasal 1, Undang-Undang tentang Jaminan Produk Halal.

sistem sertifikasi halal yang sebelumnya bersifat sukarela (*voluntary*) menjadi wajib (*mandatory*).¹¹⁶ Berlakukannya kewajiban tersebut, setiap pelaku usaha memiliki tanggung jawab hukum untuk memastikan bahwa produk makanan yang diproduksi dan dipasarkan telah melalui proses pemeriksaan dan penetapan kehalalan.

Penyelenggaraan jaminan produk halal dalam pelaksanaannya dilakukan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang berada di bawah Kementerian Agama. BPJPH memiliki kewenangan untuk merumuskan kebijakan, menerima pendaftaran sertifikasi, melakukan verifikasi administrasi, hingga menerbitkan sertifikat halal.¹¹⁷ Penetapan status kehalalan produk dilakukan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sinergi antara lembaga negara dan otoritas keagamaan ini menunjukkan bahwa sistem jaminan halal di Indonesia merupakan model kolaboratif antara hukum positif dan otoritas syariah.

Idealitanya, UU JPH dalam aspek kehalalan juga berkaitan erat dengan Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dalam Pasal 4 huruf c UUPK ditegaskan bahwa konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.¹¹⁸ Label halal

¹¹⁶ Pasal 4, Undang-Undang tentang Jaminan Produk Halal

¹¹⁷ Siti Nur Azizah, *Politik Hukum Produk Halal di Indonesia*, (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2021), hlm. 287

¹¹⁸ Pasal 4 huruf c, Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen

merupakan bagian dari informasi yang sangat penting bagi konsumen muslim. Pencantuman label halal bukan sekedar simbol, melainkan bentuk pemenuhan hak konsumen atas informasi.¹¹⁹

Pengaturan halal dalam perspektif perlindungan hukum mencerminkan prinsip perlindungan hukum preventif, yaitu upaya pencegahan kerugian sebelum terjadi sengketa. Negara melalui regulasi dan sistem sertifikasi memastikan bahwa produk yang beredar telah memenuhi standar kehalalan sebelum dikonsumsi masyarakat. Pelaku usaha melanggar kewajiban tersebut, misalnya dengan mencantumkan label halal tanpa sertifikasi resmi, maka dapat timbul konsekuensi hukum berupa sanksi administratif, perdata, bahkan pidana sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

3. Jenis-jenis Kehalalan

Suatu makanan dapat dikategorikan halal apabila tidak termasuk dalam kelompok yang diharamkan menurut ketentuan syariat Islam. Penentuan kehalalan makanan pada dasarnya dapat ditinjau dari dua aspek utama, yaitu dari segi zat atau substansinya serta dari cara memperolehnya.¹²⁰ Kehalalan tidak hanya dilihat dari komposisi atau bahan yang terkandung di dalamnya, tetapi juga dari proses atau mekanisme perolehan makanan tersebut, misalnya apakah diperoleh

¹¹⁹ Hadi Susilo dan Tuti Rostianti Maulani, *Pangan Halal: Prinsip, Proses, dan Jaminan Kualitas*, (Cirebon: Greenbook Publisher, 2025), hlm.143

¹²⁰ Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1993). Hlm 45.

melalui cara yang sah atau justru melalui perbuatan yang dilarang seperti pencurian atau penggunaan harta yang tidak halal.

Perspektif hukum Islam, kehalalan makanan dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama:

4. Halal dari segi cara memperolehnya

Suatu makanan dalam kajian yang pada dasarnya halal secara zat dapat berubah status hukumnya menjadi haram apabila diperoleh melalui cara yang bertentangan dengan ketentuan syariat. Artinya, kehalalan tidak semata-mata bergantung pada jenis makanannya, tetapi juga pada sumber dan proses perolehannya.¹²¹ Beberapa contoh cara memperoleh harta yang dilarang antara lain melalui praktik riba, pengambilan harta anak yatim secara batil, pencurian (*sariqah*), perampasan, suap (*risywah*), pengkhianatan (*khiyanat*), penipuan (*al-ghasysy*), perjudian, prostitusi, dan bentuk perolehan lain yang bertentangan dengan ajaran Islam. Makanan yang berasal dari harta yang tidak halal secara otomatis menjadi tidak halal untuk dikonsumsi.¹²²

5. Halal dari segi zat atau substansinya

Kehalalan juga ditentukan berdasarkan zat atau hakikat benda

¹²¹ E N Mardiah, *Konsep Keamanan Pangan dalam Al-Qur'an dan Implementasinya: Studi Living Al-Qur'an tentang Pemahaman Masyarakat Kec. Sukmajaya Kota Depok terhadap Konsep Makanan Halal dan Thayyib dalam Al-Quran serta Implementasinya*, (Banten: Penerbit A-Empat, 2021), hlm.31.

¹²² Sakban Lubis, "Makanan Halal dan Makanan Haram dalam Perspektif Fiqih Islam," *Jurnal Ilmiah Al-Hadi*, Vol.7, No. 2, 2022, hlm.12–30, <https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/alhadi/article/view/4244/3859>, diakses pada tanggal 2 Januari 2026, pukul 20.17 WIB

tersebut. Menurut pendapat Syekh Sayyid Sabiq sebagaimana dijelaskan oleh Thobieb Al-Asyhar, objek konsumsi dalam Islam dapat dibedakan menjadi dua kategori besar, yaitu *jamad* (benda mati) dan *hayawan* (hewan). Klasifikasi ini bertujuan untuk memudahkan penentuan hukum halal dan haram berdasarkan karakteristik masing-masing jenis. Kategori hewan menentukan kehalalan melalui jenis hewan serta cara penyembelihannya.¹²³ Benda menentukan kehalalan berdasarkan sifat dan kandungannya, termasuk ada atau tidaknya unsur yang diharamkan atau membahayakan.¹²⁴

D. Tinjauan Umum tentang Label Halal

1. Pengertian Label Halal

Istilah *halal* dalam bahasa Arab berarti sesuatu yang terbebas dari larangan atau sesuatu yang diperkenankan dan dibolehkan. Secara etimologis, *halal* merujuk pada sesuatu yang dapat dilakukan atau dimanfaatkan karena tidak terikat oleh ketentuan yang melarangnya. Sementara itu, dalam *Ensiklopedia Hukum Islam*, *halal* diartikan sebagai segala sesuatu yang diperbolehkan untuk dilakukan menurut ketentuan syariat Islam.¹²⁵

¹²³ Farid Madani, "Penguatan Tata Kelola Halal pada Rumah Potong Hewan Berbasis Hukum dan Etika Islam," *Equality: Journal of Islamic Law (EJIL)*, Vol. 3, No. 2, 2025, hlm. 179,

¹²⁴ Rofiul Wahyudi, Lu'liyatul Mutmainah, and Maimunah Binti Ali, "Halal Food Based on Maqâshid Al-Syari'ah Perspective," *Journal of Halal Science and Research*, Vol. 2, No. 2, 2021, hlm.43–50,

https://www.researchgate.net/publication/366075427_Halal_food_based_on_maqashid_al-syari'ah_perspective, diakses pada tanggal 4 Januari 2025, pukul 20.39 WIB

¹²⁵ Abdul Azis Dahlan, *Ensiklopedia Hukum Islam* (Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 1996)

Menurut Fatmasari Sukesti dan Mamdukh Budiman, label halal merupakan pencantuman tanda tertentu pada kemasan produk yang menunjukkan bahwa produk tersebut telah berstatus halal.¹²⁶ Label ini biasanya berupa tulisan “*halal*” dalam huruf Arab, simbol atau kode tertentu, serta bukti tertulis lainnya yang menjadi jaminan bahwa produk telah melalui proses pemeriksaan kehalalan. Sertifikat dan fatwa halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) menjadi dasar legalitas bahwa produk tersebut sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Keberadaan label halal memiliki peran penting dalam proses sertifikasi karena membantu konsumen membedakan produk halal dengan produk lainnya secara lebih mudah.¹²⁷

Yuswohadi menjelaskan bahwa label halal merupakan bentuk jaminan atas kehalalan suatu produk yang telah diuji oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam.¹²⁸ Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label Halal dan Iklan Pangan, label halal diartikan sebagai keterangan berupa tulisan, gambar, atau kombinasi

¹²⁶ Sri Ernawati dan Iwan Koerniawan, “Pengaruh Label Halal dan Kesadaran Halal terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk UMKM di Kota Bima,” *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 16, No. 1, 2023, hlm.207–215, <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.1185>, diakses pada tanggal 4 Januari 2025, pukul 22.40 WIB.

¹²⁷ Siti Nur Azizah, *Toward Halal: Dinamika Regulasi Produk Halal di Indonesia*, (Jakarta: Mizan, 2022), hlm. 269

¹²⁸ Itiham, Muhammad Fahmul, dan Muhammad Nizar, *Label Halal Bawa Keuntungan* (Jawa Timur: Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan, 2019), hlm. 127

keduanya yang dicantumkan pada pangan, baik dimasukkan ke dalam maupun ditempelkan pada kemasan produk.¹²⁹

Upaya untuk menjamin keabsahan label halal pada suatu produk dilakukan melalui pendaftaran sertifikat halal. Berdasarkan Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, sertifikat halal merupakan pengakuan resmi atas kehalalan suatu produk yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).¹³⁰ Sertifikat halal menjadi landasan hukum dalam pencantuman label halal pada produk yang beredar di masyarakat.

Fatwa MUI Nomor 44 Tahun 2020 mengatur ketentuan mengenai pemberian nama produk, label halal, dan fatwa produk halal. Ketentuan tersebut dijelaskan bahwa suatu produk tetap dapat memperoleh sertifikasi halal meskipun nama produknya tidak secara langsung mencerminkan nilai-nilai kehalalan, sepanjang substansi dan prosesnya memenuhi prinsip syariat Islam.¹³¹ Fungsi label halal tidak hanya sebagai simbol keagamaan, tetapi juga memiliki peran strategis dalam aspek pemasaran. Label halal berfungsi untuk mengidentifikasi produk,

¹²⁹ Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label Halal dan Iklan Pangan.

¹³⁰ Pasal 1 angka 10, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

¹³¹ Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 44 Tahun 2020 tentang Ketentuan Pemberian Nama Produk, Label Halal, dan Fatwa Produk Halal* (Jakarta, 2020)

menunjukkan karakteristik atau kualitas tertentu, memberikan informasi yang jelas mengenai produk, menjadi sarana promosi melalui tampilan kemasan yang menarik, serta membangun kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.¹³²

2. Tujuan Label

Praktik perdagangan modern, keberadaan label pada suatu produk tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap kemasan, tetapi juga memiliki peranan strategis dalam mencapai berbagai tujuan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, transparansi informasi, serta peningkatan daya saing pelaku usaha. Label menjadi instrumen penting yang menjembatani kepentingan produsen dan konsumen melalui penyediaan informasi yang akurat, jelas, dan dapat dipertanggungjawabkan.¹³³

Perlindungan konsumen, pencantuman informasi pada label merupakan bentuk pemenuhan hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan suatu produk.¹³⁴ Pencapaian tujuan label harus dipahami sebagai upaya sistematis untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan mampu memberikan manfaat, rasa aman, serta kepercayaan bagi konsumen dalam mengambil keputusan

¹³² Cucu Susilawati dan Agus Joharudin, *Labelisasi Halal dan Purchase Intention Pada Produk Halal Non Makanan* (Bandung: CV. Widina Media Utama, 2023), hlm. 12

¹³³ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (Harlow: Pearson Education Limited, 2016), hlm.9

¹³⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

pembelian.

Label berfungsi untuk menyampaikan informasi mengenai suatu produk tanpa mengharuskan konsumen membuka kemasannya terlebih dahulu, melalui label, konsumen dapat mengetahui berbagai keterangan penting seperti komposisi, tanggal kadaluarsa, cara penggunaan, hingga status kehalalan produk secara praktis dan efisien.¹³⁵ Label juga berperan sebagai media komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen. Informasi yang tercantum pada label menjadi sarana penyampaian pesan mengenai karakteristik, manfaat, serta ketentuan penggunaan produk sehingga konsumen memperoleh pemahaman yang memadai sebelum melakukan pembelian atau konsumsi.¹³⁶

Label memberikan petunjuk atau panduan bagi konsumen dalam menggunakan produk secara tepat dan aman. Petunjuk tersebut dapat mencakup cara penyimpanan, aturan pakai, peringatan khusus, maupun anjuran tertentu agar produk dapat dimanfaatkan secara optimal sesuai dengan fungsinya.¹³⁷ Label dari sudut pandang pemasaran merupakan sarana promosi yang efektif bagi pelaku usaha. Desain, warna, logo, dan informasi yang ditampilkan pada label dapat menarik perhatian konsumen serta membangun citra positif terhadap produk, sehingga mendorong

¹³⁵ William J Stanton, *Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1996), hlm. 167

¹³⁶ Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, 4th (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm.189

¹³⁷ Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label Halal dan Iklan Pangan.

minat beli.¹³⁸ Label juga memberikan rasa perlindungan dan jaminan kepada konsumen. Adanya informasi yang jelas dan transparan, konsumen merasa lebih aman karena mengetahui asal-usul, kualitas, serta legalitas produk yang dikonsumsi.

3. Jenis-jenis Label

Secara umum, label dapat diklasifikasikan ke dalam tiga jenis utama, yaitu sebagai berikut:¹³⁹

- a) *Brand Label*, yaitu label yang berfungsi untuk menunjukkan identitas atau merek suatu produk. Label ini biasanya memuat nama merek, logo, atau simbol tertentu yang membedakan produk tersebut dari produk pesaing di pasar.
- b) *Descriptive Label*, yaitu label yang menyajikan informasi rinci mengenai produk, seperti cara penggunaan, proses pembuatan, petunjuk perawatan, kinerja, komposisi, serta karakteristik lainnya. Label jenis ini bertujuan memberikan pemahaman yang komprehensif kepada konsumen mengenai produk yang akan digunakan.
- c) *Grade Label*, yaitu label yang memberikan penilaian atau klasifikasi terhadap mutu suatu produk. Penilaian tersebut biasanya dinyatakan dalam bentuk huruf, angka, simbol, atau kata-kata tertentu yang menunjukkan tingkat kualitas, standar,

¹³⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

¹³⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2001), hlm.115

atau kategori produk tersebut.

E. Tinjauan Umum tentang Hak Konsumen atas Informasi Label Halal

1. Hak atas Informasi sebagai Hak Fundamental Konsumen

Hak atas informasi merupakan salah satu hak mendasar dalam perlindungan konsumen. Teori perlindungan konsumen, konsumen dipandang sebagai pihak yang secara struktural lebih lemah dibandingkan pelaku usaha, terutama dalam hal penguasaan informasi, oleh karena itu, hukum hadir untuk menjamin keseimbangan melalui kewajiban transparansi informasi.

Hak atas informasi dalam konteks hukum positif Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pasal 4 huruf c menyatakan bahwa konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.¹⁴⁰ Ketentuan ini menegaskan bahwa informasi bukan sekedar pelengkap, melainkan hak hukum yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha.

Hak atas informasi memiliki beberapa unsur penting, yaitu:

- a) Informasi harus benar (tidak menyesatkan),
- b) Informasi harus jelas (mudah dipahami),
- c) Informasi harus jujur (tidak mengandung manipulasi),
- d) Informasi harus relevan dengan kebutuhan konsumen.

¹⁴⁰ Pasal 4 huruf c, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Salah satu informasi dalam produk makanan yang sangat krusial bagi konsumen muslim adalah informasi mengenai status kehalalan produk.

2. Label Halal sebagai bentuk Informasi Hukum

Label halal merupakan tanda atau keterangan yang menyatakan bahwa suatu produk telah memenuhi standar kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Sistem hukum Indonesia, kewajiban sertifikasi dan label halal diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH).¹⁴¹ Pasal 4 UU JPH menegaskan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.¹⁴² Sertifikat tersebut kemudian menjadi dasar pencantuman label halal pada kemasan produk. Label halal bukan sekedar simbol religius, melainkan bentuk pernyataan hukum yang memiliki konsekuensi yuridis.¹⁴³ Pencantuman label halal tanpa sertifikasi resmi dapat dikategorikan sebagai pelanggaran hukum dan berpotensi merugikan konsumen.

¹⁴¹ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

¹⁴² Muyassaroh Yusroni et al, Analisis Implementasi UU 33/2014 dan PP 42/2024 terhadap Pengawasan Produk Halal Oleh BPJPH, *Jurnal Ilmiah Nusantara*, Vol.3, No.3, 2026, hlm. 3.

¹⁴³ Syahira Rahmadina et al, Dampak Label Halal Palsu Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Reputasi Bisnis Lokal, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 2, No.2, 2025, hlm.3, <https://doi.org/10.62710/dst3zr21>, diakses pada tanggal 7 November 2025, pukul 21.49 WIB.

BAB III
PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KEHALALAN
PRODUK BAGI KONSUMEN MUSLIM
(Studi kasus Ayam Goreng Widuran)

A. Urgensi dan Relevansi Keterbukaan Informasi Label Halal
Produk Makanan dalam Menjamin Hak Konsumen Muslim atas
Kepastian Produk yang dikonsumsi

1. Urgensi Keterbukaan Informasi Label Halal

Keterbukaan informasi mengenai kehalalan produk makanan merupakan aspek penting dalam menjamin perlindungan hukum bagi konsumen muslim di Indonesia.¹⁴⁴ Kepentingan keamanan dan kenyamanan konsumen muslim di Indonesia yang merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, sehingga kebutuhan terhadap jaminan kehalalan produk menjadi bagian dari hak dasar konsumen dalam menjalankan keyakinan agamanya.

Kepastian informasi halal tidak hanya bersifat kebutuhan, tetapi juga merupakan bentuk perlindungan terhadap keyakinan individu. Setiap konsumen berhak untuk memperoleh informasi secara jelas, lengkap dan akurat mengenai produk makanan yang akan dikonsumsi. Hak tersebut berlaku tanpa memandang latar

¹⁴⁴ Widya Andarestiani et al, Perlindungan Konsumen Muslim terhadap Produk Makanan yang belum Bersertifikat Halal, *Jurnal Ilmu Pertahanan dan Hukum Indonesia*, Vol. 3, No. 1, 2026, hlm.61.

belakang agama nya, namun, menjadi sangat penting bagi konsumen muslim dalam menjalankan sesuai syariat agama. Sebagai tanggung jawab negara, pemerintah hadir untuk memastikan perlindungan tersebut melalui disahkan nya Undang-Undang Jaminan Produk Halal.

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 2 menetapkan lima asas perlindungan, salah satunya asas kepastian hukum yang mengharuskan pihak pelaku usaha mematuhi seluruh ketentuan hukum dalam menyediakan produk bagi konsumen dalam hal menjamin suatu kehalalan produk, untuk merealisasikan keadilan bagi pihak konsumen yang menyebabkan produk makanan tanpa sertifikat halal diperdagangkan di Indonesia.¹⁴⁵ Kondisi ini membutuhkan perhatian lebih dari pemerintah untuk mengawasi dan menegakkan hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Salah satu langkah yang dapat ditempuh oleh pelaku usaha Ayam Goreng Widuran dalam menjamin kehalalan produk adalah dengan menyampaikan informasi secara transparan terkait kandungan bahan makanan yang diperdagangkan. Transparansi tersebut diwujudkan melalui kepemilikan sertifikat halal secara resmi yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk

¹⁴⁵ Pasal 2, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Halal (BPJPH).¹⁴⁶ Kesenjangan informasi berkaitan erat dengan tingkat kesadaran halal yang belum tentu tercermin dalam praktik konsumsi sehari-hari.¹⁴⁷ Meskipun, kesadaran akan pentingnya produk halal cenderung meningkat, pemahaman konsumen tetap dipengaruhi oleh pengetahuan, tingkat kepercayaan terhadap lembaga otoritas halal, serta pengaruh lingkungan sosial.¹⁴⁸ Kondisi ini membuka peluang bagi pihak konsumen untuk terpapar informasi yang tidak akurat, terutama ketika pelaku usaha menggunakan label halal sebagai strategi pemasaran tanpa didukung sertifikasi resmi. Ketimpangan informasi ini tidak hanya disebabkan oleh faktor struktural, tetapi juga oleh aspek kognitif dan sosial yang membentuk perilaku konsumsi, hal ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi halal menjadi elemen penting dalam memperkuat keputusan konsumsi yang sesuai prinsip syariah.

Ketidakseimbangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen berpotensi menimbulkan praktik *tadlis* (penipuan) dan *gharar* (ketidakjelasan) apabila informasi terkait kehalalan produk tidak disampaikan secara transparan. Klaim halal tanpa verifikasi secara resmi mencerminkan adanya distorsi informasi yang bertentangan dengan prinsip *shidiq* (kejujuran) dan keterbukaan

¹⁴⁶ Pasal 1 angka 10, Undang-Undang Jaminan Produk Halal.

¹⁴⁷ Much. Djunaidi, et.al, "Perception and Consumer Behavior of Halal Product Toward Purchase Decision in Indonesia," *Jurnal Teknik Industri*, Vol.22, No.2, 2021, hlm.180.

¹⁴⁸ Sri Deti, "Halal Awareness and Muslim Consumer Behavior in Indonesia: A systemic Literature Review", *Journal of Islamic Economics*, Vol. 4, No.1, 2025, hlm.131.

dalam transaksi muamalah. Selain berdampak pada aspek etika, kondisi ini juga melemahkan posisi tawar konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan keyakinannya. Mengingat keterbatasan akses terhadap mekanisme verifikasi mandiri sehingga kurangnya pemahaman pelaku usaha, khususnya UMKM terhadap regulasi halal turut memperparah situasi tersebut.¹⁴⁹ Upaya komprehensif diperlukan melalui penguatan regulasi, peningkatan edukasi, serta transparansi dalam jaminan produk halal untuk mengatasi ketimpangan yang bersifat sistemik.

Intervensi hukum dibutuhkan untuk dapat menyeimbangkan hak dan kewajiban masing-masing pihak karena keterbatasan atas informasi yang dibagikan oleh pihak pelaku usaha itu tidak benar dan transparan. Keterbukaan informasi terkait kehalalan produk memiliki nilai penting bagi setiap konsumen muslim atas pilihan yang ditentukannya telah sesuai dengan syariatnya. Kepemilikan sertifikat halal secara resmi oleh pelaku usaha itu memiliki cerminan dalam penyelenggaraan usaha mereka yang sudah mematuhi hukum dan memenuhi kewajibannya.¹⁵⁰ Tidak dijalankannya kewajiban pelaku usaha menunjukkan rendahnya tingkat kepatuhan hukum, yang berdampak pada tidak terpenuhinya hak-hak konsumen. Informasi yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan terkait

¹⁴⁹ Sugeng Ribowo, *Sistem Jaminan Produk Halal di Indonesia dari Regulasi Menuju Peradaban Ekonomi Halal*, CV Langit Kata Publisher, 2026, hlm. 83

¹⁵⁰ Bisma Putra Pratama dan Wira Okta Viana, *Hukum Perlindungan Konsumen*, CV Eureka Media Aksara, 2025, hlm. 97

kehalalan produk Ayam Goreng Widuran tidak hanya terbatas pada pencantuman label halal, tetapi juga mencakup seluruh aspek yang mempengaruhi status kehalalan produk.¹⁵¹

Urgensi tersebut diperkuat dengan masih ditemukannya pelanggaran terhadap ketentuan label halal di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, salah satu nya tercermin dalam kasus Ayam Goreng Widuran di Solo yang mencuat pada tahun 2025. Kasus ini bermula dari temuan bahwa pelaku usaha mencantumkan klaim halal halal secara tidak resmi tanpa memiliki sertifikasi halal yang diterbitkan oleh BPJPH, sehingga menimbulkan polemik di kalangan masyarakat. Fenomena tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan menjadi gambaran bahwa masih banyak pelaku usaha yang mencantumkan label halal secara ilegal atau tanpa prosedur yang sah, sebagaimana ditemukan dalam berbagai penelitian mengenai praktik pelabelan halal yang tidak sesuai ketentuan.¹⁵² Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara regulasi yang telah ditetapkan dengan implementasi di lapangan, khususnya dalam pengawasan dan kepatuhan pelaku usaha.

Tindakan mencantumkan label halal tanpa sertifikasi resmi dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap beberapa

¹⁵¹ Husna Fitriani dan Retty Ikawati, Analisis Kesiapan Penerapan Sistem Jaminan Produk Halal pada Industri Catering, Baitul Maal: *Journal of Sharia Economics*, Vol.2, No.1, 2025, hlm.6, <https://doi.org/10.65128/jse.v2i1.35>, diakses pada tanggal 14 November 2025, pukul 19.36 WIB

¹⁵² Syarifah Ayudewi et al, Pencantuman Logo Halal Secara Ilegal Menurut Hukum Pidana Islam, Ma'mal: *Jurnal Laboratorium Syariah dan Hukum*, Vol. 4, No.5, 2025, hlm. 430, <https://doi.org/10.15642/mal.v4i5.266>, diakses pada tanggal 14 November 2025, pukul 20.28 WIB

ketentuan peraturan perundang-undangan, antara lain Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang mewajibkan seluruh produk yang beredar memiliki sertifikat halal, serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terkait kewajiban memberikan informasi benar, jelas, dan jujur kepada konsumen. Selain itu, pelaku usaha juga dianggap melanggar ketentuan mengenai label dan iklan pangan serta berpotensi dikenai sanksi administratif baik perdata maupun pidana, akibat pemalsuan atau penyalahgunaan label halal.

Dampak dari praktik tersebut tidak hanya bersifat hukum, tetapi juga menimbulkan kerugian bagi pihak konsumen khususnya konsumen muslim. Secara psikologis, konsumen akan merasa tidak aman dan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang dikonsumsi karena adanya ketidakpastian status kehalalan yang berpotensi mengalami kerugian akibat membeli produk yang tidak sesuai dengan nilai keyakinannya, sehingga dapat menurunkan tingkat kepercayaan publik terhadap sistem sertifikasi halal serta melemahkan kredibilitas pelaku usaha di pasar.¹⁵³

Informasi yang akurat dan dapat dipercaya atas suatu produk saji yang diperdagangkan adalah kewajiban bagi para pelaku usaha. Penyampaian informasi tersebut merupakan langkah preventif untuk

¹⁵³ Sukardi et al, Efektivitas Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen, *Journal of Management*, Vol.7, No. 2, 2024, hlm. 2 diakses pada tanggal 15 November 2025, pukul 19.41 WIB

mencegah potensi kerugian yang dialami konsumen. Ketidaklengkapan informasi, khususnya terkait kehalalan produk dapat menimbulkan ketidakpastian dan ketidaknyaman bagi konsumen. Transparansi informasi akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk karena kualitasnya dijelaskan secara jelas oleh pelaku usaha.¹⁵⁴

Keterbukaan informasi mengenai kehalalan produk merupakan wujud nyata dari pelaksanaan hak konstitusional konsumen muslim di Indonesia dalam menjalankan ajaran agamanya. Hak ini berkaitan erat dengan kebebasan beragama yang dijamin oleh negara. Negara memiliki kewajiban untuk hadir dalam memberikan perlindungan terhadap pemenuhan kebutuhan tersebut, salah satu bentuknya dengan memastikan konsumen muslim untuk memperoleh informasi yang jelas dan pasti mengenai kehalalan produk yang dikonsumsi.¹⁵⁵

2. Relevansi Keterbukaan Informasi Label Halal

Keterbukaan informasi label halal memiliki relevansi yang sangat fundamental sebagai tuntutan akad dalam perspektif hukum islam, karena transparansi merupakan prinsip yang menentukan sah

¹⁵⁴ Tutik Nurul Janah, Upaya Perlindungan Konsumen Muslim dan Non- Muslim Melalui Sertifikasi Halal dan Transparansi Komposisi Produk Makanan, *Islamic Review: Jurnal Riset dan Kajian Keislaman*, Vol 9, No.1, 2020, hlm.69, <https://journal.ipmafa.ac.id/index.php/islamicreview/article/view/186>, diakses pada tanggal 17 Januari 2026, pukul 12.30 WIB

¹⁵⁵ Andi Nursin Lubis et al, Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen dalam Produk Halal Berdasarkan UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum*, No.2, 2025, hlm.5, 10.31289/jiph.v12i2.16239, diakses pada tanggal 17 Januari 2026, pukul 21.45 WIB

atau tidaknya suatu transaksi.¹⁵⁶ Pasal 21 huruf g dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) menegaskan bahwa pelaksanaan akad, para pihak wajib menjunjung tinggi asas keterbukaan atau transparansi yaitu kewajiban untuk menyampaikan informasi benar, jelas,¹⁵⁷ dan tidak menyesatkan mengenai objek akad maupun hal yang berkaitan dengan transaksi.¹⁵⁸

Akad tidak hanya dipahami sebagai pertemuan kehendak para pihak, tetapi juga sebagai suatu proses yang harus menerima kejelasan (*bayin*) informasi terkait produk yang diadakan dengan dijauhkannya dari kesesatan (*shidiq*), dan didekatkan dengan kebenaran.¹⁵⁹ Melalui kelengkapan informasi atas kehalalan produk akan menjauhkan konsumen muslim dari kondisi yang tidak pasti (*gharar*) dan musibah penipuan (*tadlis*) yang akan menciptakan ketimpangan di antara pelaku usaha dan konsumen, sehingga informasi mengenai status kehalalan produk merupakan bagian objek akad yang wajib diketahui secara pasti oleh para pihak. Ketiadaan informasi halal yang tidak transparan menimbulkan cacat kehendak.

Undang- Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan

¹⁵⁶ Rohamatul Jannah et al, Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Syariah: Perspektif Hukum Islam, *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Pendidikan*, Vol.4, No.1, 2025, hlm.307, <https://doi.org/10.55606/jurripen.v4i1.4564>, diakses pada tanggal 2 Februari 2026, pukul 11.14 WIB

¹⁵⁷ Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2008 tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah (KHES), Pasal 21 huruf g.

¹⁵⁸ Agus Triyanta, *Akad Syariah: Inovasi dan Problematikanya dalam Penerapan di Lembaga Keuangan Syariah*, UII Press, 2024, hlm.21.

¹⁵⁹ Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2008 tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Produk Halal mewajibkan produk yang beredar di Indonesia untuk memiliki sertifikasi halal dengan semakin memperkuat pentingnya transparansi atas informasi halal. Ketentuan ini menjadi landasan bagi negara dalam menjalankan tanggung jawab konstitusional untuk melindungi hak masyarakat dalam memperoleh produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Regulasi tersebut juga berfungsi sebagai instrumen pengendalian untuk mencegah praktik perdagangan yang curang, seperti penggunaan bahan baku yang tidak halal tanpa adanya pemberitahuan kepada konsumen.¹⁶⁰

Keterbukaan informasi halal tidak hanya bersifat mendesak, tetapi juga relevan dalam menjamin kepastian dan perlindungan hak konsumen muslim terhadap produk yang dikonsumsi. Informasi atas bahan baku maupun proses pengolahan produk tidak semudah itu untuk sesuai dengan pengujian kehalalan produk. Hasilnya, konsumen dalam hal ini muslim, mendapat keuntungan terutama atas dijauhkannya mereka dari peristiwa yang merugikan. Sertifikasi halal yang dicantumkan pada label produk merupakan sarana komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen. Label tersebut menunjukkan bahwa produk telah melalui tahapan pemeriksaan dan verifikasi oleh pihak yang berwenang.

¹⁶⁰ Khairiah Elwardah, “Pengaruh Sertifikasi Halal, Pemasaran Produk Halal, dan Kepuasan Konsumen terhadap Pertumbuhan Industri Halal di Indonesia,” *Jurnal Multidisiplin West Science*, Vol.3, No.5, 2024, hlm.658, <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i05.1195>, diakses pada tanggal 2 Februari 2026, pukul 16.22 WIB

Perlindungan perlu mencakup pada upaya pencegahan melalui kecukupan pemberian informasi,¹⁶¹ selain melindungi konsumen, sistem jaminan halal juga mendorong pertumbuhan industri halal karena meningkatkan kepercayaan dan nilai ekonomi produk. Peningkatan kesadaran tersebut juga berpotensi memperkuat daya saing produk, khususnya di sektor UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal.¹⁶² Kebanyakan dari pihak pelaku UMKM memiliki pemahaman yang belum menyeluruh terkait manfaat dari sisi kepatuhan hukum dan ekonomis dari pelabelan serta sertifikasi halal pada produknya. Melalui penyelenggaraan sosialisasi ini, pelaku UMKM akan memahami prosedur sertifikasi kewajiban hukum, hingga sanksi dan konsekuensi jika tidak memenuhi standar yang ada, nantinya kewajiban sertifikasi halal tidak akan menjadi beban administratif di kemudian hari, karena kesadaran hukum pihak pelaku usaha sudah terbentuk.

Upaya menjamin keterbukaan informasi kehalalan produk tidak hanya melibatkan BPJPH, tetapi juga Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Keterlibatan lembaga-lembaga tersebut menunjukkan adanya sinergi dalam menciptakan

¹⁶¹ Maulidina Sari, et al, Analisis Yuridis terhadap Peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Perlindungan Konsumen di Indonesia, *Riau Law Journal*, Vol.9, No. 1, 2025, hlm. 44,

<https://doi.org/10.30652/rj.9.1.41-57>, diakses pada tanggal 5 Februari 2026, pukul 08.42 WIB

¹⁶² A Zulfikar Jamaedi, Sosialisasi Urgensi Sertifikasi dan Labelisasi Halal Pada Pelaku Usaha Mikro, *Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Baubau*, Vol.1, No.1, 2024, hlm.25, <https://www.ejournal.poltekbaubau.ac.id/index.php/kamali/article/view/426/76>, diakses pada tanggal 7 Februari 2025, pukul 01.28 WIB

produk halal yang diandalkan. Berdasarkan Peraturan Menteri Agama Nomor 26 tahun 2019, MUI memiliki kewenangan untuk menetapkan fatwa halal sebelum BPJPH menerbitkan sertifikat halal.¹⁶³

Tujuan dari diselenggarakannya pengawasan tersebut ialah kesesuaian standar kehalalan secara konsisten dengan sertifikat dan labelisasi halal yang didapatkan oleh para pihak pelaku usaha, sebagaimana dalam perspektif hukum menegaskan pengawasan terhadap kehalalan suatu produk merupakan upaya negara atas perlindungan hak konsumen.¹⁶⁴ Langkah seperti itu juga menunjukkan upaya negara dalam menjaga kredibilitas atas sistem sertifikasi halal itu sendiri.¹⁶⁵

Pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajiban dalam mencantumkan label halal sesuai prosedur yang sah atau tidak menjaga konsistensi kehalalan produk dapat dikenakan sanksi administratif. Bentuk sanksi tersebut meliputi peringatan tertulis, pengenaan denda, hingga pencabutan sertifikat halal.¹⁶⁶ Penerapan

¹⁶³ Peraturan Menteri Agama Nomor 26 Tahun 2019 tentang Penyelenggara Jaminan Produk Halal

¹⁶⁴ Adelia Maelani Agustin, Peran Sertifikasi Halal dalam Melindungi Konsumen Muslim: Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Nasional, *Media Hukum Indonesia*, Vol.3, No.1, 2025, hlm.3, <https://ojs.kaarulhuda.or.id/index.php/MHI/article/view/1267/1391>, diakses pada tanggal 10 Februari 2026, pukul 05.37 WIB

¹⁶⁵ Syahrul Bakti Harahap, et al, Pemberian Sanksi Administrasi terhadap Pencantuman Sertifikat Halal tanpa Izin Badan Pengelola Jaminan Produk Halal, *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, Vol.7, No. 2, 2023, hlm. 507-514, <https://online-journal.unja.ac.id/index.php/titian>, diakses pada tanggal 14 Februari 2026, pukul

¹⁶⁶ Basyirah Mustarin, et al, "Perlindungan Konsumen terhadap Kesadaran Produk Makanan Halal di Wilayah Minoritas Studi Kolaborasi Hukum Positif dan Hukum Islam," *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 6, No. 2, 2024, hlm. 277, <https://doi.org/10.24252/el-iqtishady.vi.51760>, diakses pada tanggal 18 Februari 2026, pukul 14.29 WIB

sanksi ini dimaksudkan untuk menegakkan kepatuhan serta menjaga kredibilitas sistem jaminan produk halal.¹⁶⁷ Adanya penegakan hukum yang tegas, diharapkan pelaku usaha lebih bertanggung jawab dalam memastikan kehalalan produk yang dipasarkan.¹⁶⁸ Perspektif hukum selain dipenuhi haknya melalui Undang-Undang tersebut konsumen akan dijamin perlindungannya dalam perspektif islam.¹⁶⁹

Segala bentuk pelanggaran seperti tidak adanya label halal pada produk yang dijual para pelaku usaha berpotensi menciptakan keraguan bagi konsumen dalam menentukan pilihannya yang dimana menjadi titik para pelaku usaha mengabaikan kewajibannya dalam menyajikan keterbukaan informasi baik dari segi kualitas maupun kandungan pada produknya. Kondisi seperti ini menjadi sebuah pelanggaran yang dilatarbelakangi oleh hilangnya kesempatan konsumen untuk menetapkan keputusan yang tepat dalam membeli dan membayar suatu produk.¹⁷⁰ Adanya label halal pada suatu produk mampu menciptakan rasa percaya dan membantu konsumen dalam

¹⁶⁷ *Ibid.*

¹⁶⁸ Aidil Sudarmono, Sertifikat Halal dan Kontribusinya terhadap Ekonomi Indonesia, *Transformasi*, Vol. 4, No. 2, 2022, hlm. 208

¹⁶⁹ Amanda Tikha Santriati dan Dwi Runjani Juwita, Perlindungan Hak Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam, *Opinia de Journal*, Vol. 2, No.2, 2022, hlm.4, <https://doi.org/10.35888/opinia.v2i2.30>, diakses pada tanggal 20 Februari 2026, pukul 09.24 WIB

¹⁷⁰ Dewi Faikoh, dan Aan Zainul Anwar, Implementasi Penerapan Standar Jaminan Produk Halal Pada Produk UMK (Usaha Mikro dan Kecil) Bersertifikat Halal, *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, Vol. 8, No. 1, 2025, hlm.19, <https://journal.uir.ac.id/index.php/syarikat/article/view/21626/8318>, diakses pada tanggal 20 Februari 2026, pukul 14.00 WIB

memutuskan kepastian yang tepat saat membeli suatu produk.¹⁷¹ Terlebih konsumen muslim memiliki syariat tertentu dalam mengonsumsi suatu produk.

Pengembangan sistem jaminan kehalalan produk, perlu diterapkan teknologi seperti sistem pelacakan (*traceability system*) dan database produk halal yang terintegrasi. Selain itu, penggunaan label halal berbasis kode QR dapat menjadi inovasi dalam memberikan akses informasi yang lebih transparan dan mudah diakses bagi konsumen.¹⁷² Terlebih di era modern saat ini, jaminan kehalalan produk seharusnya dapat menyeimbangi perkembangan teknologi dan globalisasi dengan menghadirkan nya keterbukaan informasi yang akuntabel, adaptif dan transparan agar tercapai integritas nilai-nilai ekonomi syariah.¹⁷³ Penegasan regulasi mengenai pemberian sanksi administratif dan pidana terhadap pelaku usaha yang tidak melaksanakan kewajiban sertifikasi halal perlu dilakukan agar tercipta efek jera dan peningkatan kepatuhan terhadap hukum.

Perkembangan teknologi dan globalisasi, pihak konsumen

¹⁷¹ Hijrah Lahaling, Kindom Makkulawuzar, and Singkeru Rukka, Hakikat Labelisasi Halal Terhadap Perlindungan Konsumen Di Indonesia, *Hasanuddin Law Review*, Vol.1, No.2, 2025, hlm. 282-294, <https://scholarhub.unhas.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1232&context=halrev>, diakses pada tanggal 20 Februari 2026, pukul 16.32 WIB

¹⁷² Pauta Sapa Ardesta, Sertifikat Halal di Era 5.0: Upaya Mewujudkan Integritas Nilai Ekonomi Syariah, CV Brimedia Global, 2025, hlm. 124

¹⁷³ Hisam Ahyani, et.al., "Kesadaran Global terhadap Ekonomi Halal di Indonesia pada Era Revolusi Industri 4.0," *ADZKIYA: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, Vol. 11, No. 2, 2023, hlm. 68, [10.32332/adzkiya.v11i2.5870](https://doi.org/10.32332/adzkiya.v11i2.5870), diakses pada tanggal 20 Februari 2026, pukul 17.48 WIB

seharusnya tidak hanya bergantung pada label halal secara visual semata, tetapi juga dapat melakukan verifikasi secara mandiri terhadap kehalalan produk yang dikonsumsi, sebagaimana umat muslim telah diperintahkan oleh Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah : 168

أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ

مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.” untuk mengonsumsi segala hal baik (halalan thayyiban)¹⁷⁴ dan QS. Al Maidah: 3 melarang pengonsumsi produk produk yang statusnya haram¹⁷⁵

حُرِّمَتْ عَلَيْكَ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ
وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا
بِالْأَزْلَامِ ذَلِكَ فُسُوقُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَحْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ الْيَوْمَ
أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتِمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنِ اضْطُرَّ فِي
مَخْمَصَةٍ غَيْرَ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿٣﴾

Artinya: “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelihnya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. Diharamkan juga mengundi nasib dengan anak panah, mengundi nasib dengan anak panah itu adalah kefasikan. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-ku. Pada hari ini telah kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-ucapkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridahi Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa,

¹⁷⁴ Al- Quran surah Al-Baqarah Ayat 168

¹⁷⁵ Al- Qur'an surah Al-Maidah Ayat 3

sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

Terverifikasinya status atas produk yang akan dikonsumsi umat muslim, berarti prinsip dasar dalam beribadah dan meyakini islam sebagai agama tidak diabaikan.¹⁷⁶ Kehalalan suatu produk yang disampaikan secara resmi dan transparan akan membebaskan aktivitas ekonomi yang tidak jelas dan menipu.¹⁷⁷ Kewajiban ini harus dipatuhi oleh pihak pelaku usaha guna menjamin kejelasan status kehalalan produk yang beredar, serta tingginya urgensi pengaturan tersebut berperan dalam memberikan perlindungan hukum, kepastian produk yang dikonsumsi, serta mendukung keberlanjutan ekonomi berbasis syariah di Indonesia.

B. Pengaturan mengenai Kewajiban Penyampaian Labelisasi Halal dalam Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia

Pengaturan kewajiban labelisasi di Indonesia merupakan bagian dari sistem perlindungan hukum bagi konsumen yang bertujuan untuk menjamin terpenuhinya hak konsumen muslim dalam mengonsumsi produk yang sesuai dengan ajaran agama. Kewajiban ini tidak hanya didasarkan pada aspek religius, tetapi juga memiliki dimensi konstitusional yang harus dijalankan oleh umat islam, sebagaimana diatur Pasal 28 E ayat (1) dan Pasal 29 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, mengingat

¹⁷⁶ Syekh Muhammad Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam* (Surabaya: Bina Ilmu, 1993), hlm. 159

¹⁷⁷ Siti Aisyah, Peran Kejujuran dan Transparansi dalam Meningkatkan Integritas Bisnis Syariah, *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, Vol.2, No.1, 2025, hlm.6

negara berkewajiban menjamin kebebasan warga negara dalam ajaran agamanya.¹⁷⁸

Pada sisi lainnya, untuk memberikan jaminan atas kepastian hukum, labelisasi halal berperan sebagai instrumen utama, yakni dalam memberikan kebenaran informasi, serta menjadi wujud perlindungan atas hak konstitusional warga negara dalam menghindari kecurangan praktik usaha yang merugikan, apabila disesuaikan dengan konteks yang ada, labelisasi halal pada sebuah produk telah disesuaikan dengan prinsip syariah yang mampu menciptakan rasa aman pada konsumen muslim di Indonesia.¹⁷⁹ Mengingat dengan transparannya informasi produk yang ditampilkan melalui labelisasi halal akan membantu konsumen muslim dalam menentukan pilihan untuk membeli atau tidaknya secara sadar, tidak hanya itu, melalui labelisasi halal yang dilakukan oleh pelaku usaha menunjukkan adanya tanggung jawabnya atas produk yang dijual kepada konsumen.¹⁸⁰

Melalui kewajiban sertifikasi halal, pelaku usaha dituntut agar menyajikan produk dengan kualitas yang optimal dan transparansi produk yang dihasilkan, sehingga dapat menciptakan persaingan usaha yang lebih sehat dan adil, namun, ketidakpastian hukum masih di pertanyakan mengingat rendahnya tingkat kepatuhan

¹⁷⁸ Pasal 28 E ayat (1) dan Pasal 29 ayat (2), Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

¹⁷⁹ *Ibid.*

¹⁸⁰ Shidarta, *Opcit*, hlm.75

pelaku UMKM sehingga tidak menimbulkan efek jera yang optimal. Sanksi administratif dan *self declare* tidak dapat menjadi solusi, karena keduanya harus didukung oleh pengawasan yang diperkuat dan penerapannya konsisten untuk memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen.¹⁸¹

Sistem hukum Indonesia, Undang-Undang Dasar 1945 menempati posisi tertinggi sebagai sumber hukum, lalu isi didalamnya semakin diperjelas maksud, tujuan, dan teknisnya melalui undang-undang, peraturan pemerintah, hingga peraturan menteri sebagai bentuk aturan pelaksana. Terdapat hubungan hirarki dalam membentuk kerangka hukum labelisasi di Indonesia, yang mana di setiap peraturannya mengandung landasan normatif yang dapat dipastikan selalu selaras dengan peraturan yang lebih tinggi, tidak hanya itu.

Implementasi labelisasi halal pada seluruh produk yang beredar di Indonesia dijamin oleh adanya peraturan, sebagai tindak lanjut atas mandat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menjamin hak konsumen muslim, dibentuklah Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Ditegaskan pada Pasal 4 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) bahwasanya

¹⁸¹ Mohammad Habibi et al, "Perlindungan Konsumen Muslim Melalui Jaminan Produk Halal di Indonesia," *EKOSIANA: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 12, No. 2, 2025, hlm. 94.

seluruh produk yang beredar di Indonesia berkewajiban (*mandatory*) untuk memiliki label halal.¹⁸²

Keberadaan Undang-Undang Jaminan Produk Halal tidak hanya mengatur kewajiban pelaku usaha, tetapi juga melindungi hak konsumen muslim dalam memperoleh produk yang sesuai dengan ajaran Islam. Pasal 4 UU JPH menjamin bahwa produk yang beredar di Indonesia wajib memiliki sertifikat halal, sedangkan pada Pasal 25 UU JPH mewajibkan pihak pelaku usaha yang menggunakan bahan tidak halal untuk mencantumkan keterangan “tidak halal” secara jelas, oleh karena itu, hak konsumen muslim tidak hanya berkaitan dengan hak atas informasi tetapi hak untuk menjalankan keyakinannya serta memperoleh kepastian mengenai kehalalan produk yang dikonsumsi.

Tidak terpenuhinya kewajiban penyampaian informasi mengenai kehalalan produk Ayam Goreng Widuran dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen muslim, karena pihak konsumen kehilangan kesempatan untuk menentukan pilihan sesuai dengan keyakinannya, akibat kurangnya transparansi informasi. Konsumen tanpa disadari mengonsumsi produk yang tidak sesuai dengan ajaran agama sehingga kerugian yang dialami tidak hanya berupa kerugian materil, tetapi juga hilangnya rasa aman, ketenangan batin serta kepastian dalam mengonsumsi produk yang diyakini halal.

¹⁸² Pasal 4, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Sebelum diberlakukannya peraturan tersebut, penerapan label halal bersifat sukarela (*voluntary*), sehingga pelaku usaha mendapatkan kebebasan untuk memutuskan dicantumkan atau tidaknya label halal pada produknya. Upaya negara seperti ini mencerminkan hadirnya hukum yang mampu melindungi kepentingan masyarakat, dalam hal ini ialah umat islam di Indonesia.¹⁸³ Perubahan ini membawa dampak secara signifikan bagi pelaku usaha yang kini dituntut untuk memenuhi standar sertifikasi halal sebagai bagian dari kepatuhan hukum.

Bagi pihak konsumen, kebijakan ini memberikan kepastian dan perlindungan yang lebih kuat dalam memperoleh kesesuaian produk dengan prinsip syariah yang dianut, sementara itu, penerapan *mandatory* halal turut mendorong terciptanya persaingan usaha yang lebih sehat serta bertambahnya rasa percaya yang dimiliki publik pada keberadaan produk-produk di pasar.¹⁸⁴ Kebijakan ini juga berkontribusi dalam menguatkan posisi Indonesia dalam pengembangan industri halal secara global.

Pengaturan mengenai kewajiban labelisasi halal lebih lanjut diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menguatkan dan menegaskan atas jaminan yang diberikan negara kepada konsumen muslim atas

¹⁸³ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014), hlm.207

¹⁸⁴ Dika Eri Saputra, "Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Melalui Ekosistem Industri Halal di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol.2, No. 4 ,2025, hlm. 81–93.

haknya dalam mendapatkan informasi.¹⁸⁵ Fungsi label halal yang dicantumkan pada setiap produk yang berada di pasaran mengarah pada media informasi, bahwasanya produk tersebut telah terverifikasi kehalalannya. Artinya, pelaku usaha telah mematuhi kewajiban yang dimandatkan UU JPH apabila penawaran produk turut mencantumkan label halal.

Sebagai bentuk implementasi sistem JPH yang telah diamanatkan peraturan-peraturan yang telah disebutkan, negara pun turut menjelaskan secara terperinci atas fasilitator yang mampu mengampu pelaksanaannya. Melalui Pasal 5 UU JPH dinyatakan pemerintah, yakni Menteri, dalam membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dengan membentuk perwakilannya di tiap daerah dan bertanggung jawab kepada Menteri.¹⁸⁶ Untuk melaksanakan wewenanganya, BPJPH turut bekerja sama dengan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Pasal 9 UU JPH memberikan keterangan lebih lanjut mengenai kerja sama yang terbentuk di antara BPJPH dan LPH meliputi proses pemeriksaan serta pengujian kehalalan suatu produk.¹⁸⁷

Selanjutnya, kerja sama yang dilaksanakan oleh BPJPH dan MUI diatur oleh Pasal 10 UU JPH, di antaranya ialah memberikan

¹⁸⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁸⁶ Pasal 5, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

¹⁸⁷ Pasal 9, Undang-Undang tentang Jaminan Produk Halal

sertifikasi kepada auditor halal, menetapkan kehalalan suatu produk, dan memberikan akreditasi terhadap LPH yang telah menjalin kerja sama dengan BPJPH.

Melalui peraturan yang telah disebutkan, negara turut melindungi hak-hak yang melekat dengan pelaku usaha pada sistem JPH. Hal tersebut disampaikan melalui Pasal 48 PP Penyelenggaraan bidang jaminan produk halal, di antaranya ialah:¹⁸⁸

- a. Negara memastikan para pelaku usaha akan mendapatkan kejelasan sistem JPH melalui edukasi, informasi, dan sosialisasi;
- b. Negara membina para pelaku usaha pada saat proses produksi produk halal; dan
- c. Negara melayani para pelaku usaha agar memperoleh sertifikat halal tanpa birokrasi yang berbelit dengan biaya yang terjangkau dan tidak diskriminatif untuk menjunjung efisiensi.

Negara memberikan catatan besar bagi pelaku usaha agar dapat mematuhi kewajiban yang telah diamanatkan Pasal 49 PP Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal yaitu:¹⁸⁹

- a. Menyampaikan informasi dengan kejujuran, kebenaran, dan kejelasan;
- b. Tidak menyatukan lokasi, tempat, dan alat penyembelihan, proses produksi bahan baku menjadi produk jadi, cara penjualan produk jadi, hingga cara menyajikan produk jadi yang halal dan tidak halal;
- c. Menyediakan orang yang bertanggung jawab atas proses produk halal, dikenal juga sebagai penyedia halal; dan
- d. Senantiasa memberikan informasi terbaru mengenai adanya perubahan komposisi bahan pada produknya kepada BPJPH.

¹⁸⁸ Pasal 48, Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.

¹⁸⁹ Pasal 49, Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.

Kewajiban tersebut apabila tidak dipatuhi, negara sudah mengatur sanksi hukum yang diperkirakan sepadan. Sebagaimana disampaikan pada Pasal 49 PP Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, bagi pelanggar akan mendapatkan sanksi administratif. Beberapa sanksi administratif yang akan diterima oleh pelaku usaha seperti peringatan tertulis, denda administratif paling maksimal Rp.2.000.000.000,-, dicabutnya sertifikat halal, hingga ditariknya produk yang telah beredar dijatuhkan oleh BPJPH dengan menyesuaikan tingkat pelanggaran yang dilakukan.¹⁹⁰ Mengingat sebuah pelanggaran akan dilalui proses verifikasi terlebih dahulu. Artinya, setiap laporan dan temuan yang menjadi bukti adanya pelanggaran kewajiban JPH oleh pelaku usaha akan selalu dikaji dan diperiksa terlebih dahulu.

Perlindungan hukum terhadap pihak konsumen muslim pada dasarnya dilakukan melalui dua bentuk, yaitu perlindungan preventif dan represif. Perlindungan preventif diwujudkan melalui kewajiban sertifikasi halal, pencantuman label halal oleh pengawasan BPJPH serta upaya sosialisasi kepada pelaku usaha. Sementara itu, perlindungan represif diberikan melalui penerapan sanksi administratif, penarikan produk dari peredaran serta penyelesaian sengketa apabila terjadi pelanggaran terhadap hak

¹⁹⁰Pasal 49 PP Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal

konsumen. Negara berupaya memberikan kepastian hukum dan menjamin terpenuhinya hak konsumen muslim untuk memperoleh informasi benar mengenai kehalalan produk.

Ditegakkannya sistem JPH seperti mencerminkan adanya pendekatan represif atas dilindunginya konsumen muslim di Indonesia dengan hukum yang berlaku. Terlebih, kelembagaan yang telah dibentuk untuk mengawasi jalannya sistem JPH melalui peraturan yang ada menunjukkan adanya pendekatan preventif atas dilindunginya konsumen muslim di Indonesia dengan hukum yang berlaku. Hal ini memberikan kesesuaian atas amanat yang disampaikan UU Perlindungan Konsumen, melalui pencantuman label halal oleh pelaku usaha merupakan kewajibannya dalam menghadirkan keamanan dan keselamatan konsumen, bahkan memastikan usahanya tersebut sudah menjalankan amanat hukum yang berlaku.¹⁹¹ Mengingat kesenjangan informasi yang membentang di antara pelaku usaha dan konsumen muslim di Indonesia sangat memungkinkan hadir di tengahnya. Media informasi yang jelas dan terverifikasi seperti label halal pada suatu produk, mampu mengisi kesenjangan informasi yang dimaksudkan.

Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, pihak konsumen muslim berada posisi yang lebih lemah karena tidak memiliki kemampuan untuk mengetahui secara langsung bahan maupun

¹⁹¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

proses produksi suatu produk. Informasi mengenai komposisi dan status kehalalan produk sepenuhnya dikuasai pihak pelaku usaha, sehingga konsumen sangat bergantung pada kejujuran dan keterbukaan informasi yang diberikan. Ketidakseimbangan informasi tersebut menyebabkan pihak konsumen muslim Ayam Goreng Widuran menjadi rentan. Oleh karena itu, diperlukan nya perlindungan hukum untuk menjamin terpenuhinya hak konsumen atas informasi dan kepastian mengenai kehalalan produk yang dikonsumsi.

Faktanya, kondisi ini mencerminkan belum diimplementasikannya Pasal 4 UU JPH secara merata. Lebih khususnya terjadi pada sektor usaha kecil yang berada di tingkat distribusi paling dekat dengan konsumen.¹⁹² Fenomena ini menunjukkan bahwa kewajiban sertifikasi halal belum sepenuhnya dipahami maupun dijalankan oleh seluruh pelaku usaha, terutama yang berskala kecil dan informal, selain itu, keterbatasan akses terhadap informasi serta minimnya pengawasan turut memperparah kondisi tersebut. Akibatnya, konsumen masih berpotensi mengonsumsi produk yang belum terjamin kehalalannya, sehingga tujuan perlindungan hukum bagi konsumen muslim belum tercapai secara optimal.

Salah satu kasus menggambarkan ketidakpastian hukum

¹⁹² Pasal 4, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

implementasi regulasi tersebut adalah kasus Ayam Goreng Widuran di Solo yang menjadi sorotan publik karena sebuah usaha kuliner yang telah berdiri selama puluhan tahun diketahui menggunakan bahan non-halal tanpa mencantumkan informasi tersebut secara transparan kepada konsumen. Kondisi ini menimbulkan kesalahpahaman di kalangan konsumen muslim yang mengasumsikan bahwa produk ayam goreng tersebut halal, mengingat tidak adanya label yang menyatakan sebaliknya. Khususnya asas kepastian hukum, yang menuntut adanya jaminan informasi yang benar, jelas dan jujur kepada konsumen. Sebagaimana diatur pada Pasal 7 UUPK, yang mewajibkan pemberian informasi secara jujur dan tidak menyesatkan, tidak adanya transparansi mengenai status non-halal produk tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya secara hukum untuk bersikap jujur kepada konsumen, sehingga berpotensi merugikan konsumen dan menghilangkan hak mereka untuk memilih secara sadar berdasarkan informasi yang benar dan jelas.

Tindakan pelaku usaha Ayam Goreng Widuran tersebut merupakan pelanggaran terhadap UU JPH, karena tidak mencantumkan label halal sebagaimana diwajibkan oleh peraturan perundang-undangan. Tidak sampai di sana, pelaku usaha diketahui juga melanggar ketentuan dalam Pasal 7 UU

Perlindungan Konsumen yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar jelas, dan jujur mengenai kondisi barang yang diperdagangkan.¹⁹³ Akibatnya, konsumen mengalami kerugian, bukan hanya secara materil tetapi juga secara moral dan spiritual karena telah dan akan mengonsumsi produk yang tidak sesuai dengan keyakinan yang dianutnya.

Tidak adanya informasi yang jelas mengenai status kehalalan produk menyebabkan konsumen muslim Ayam Goreng Widuran kehilangan kesempatan untuk menentukan pilihan sesuai dengan keyakinannya. Kerugian yang dialami tidak hanya bersifat secara materil tetapi juga aspek moral dan spiritual karena hilangnya rasa aman dan kepastian dalam mengonsumsi. Kondisi ini menunjukkan bahwa konsumen muslim berada pada posisi yang lemah dibandingkan pelaku usaha. Permasalahan kasus Ayam Goreng Widuran tidak hanya terletak pada penggunaan bahan yang tidak halal, tetapi pada tidak terpenuhinya hak konsumen muslim untuk memperoleh informasi benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang dikonsumsi.

Kasus Ayam Goreng Widuran juga mencerminkan lemahnya pengawasan negara dalam sistem JPH di Indonesia. Pelanggaran tersebut berlangsung dalam jangka waktu yang panjang tanpa adanya tindakan dari otoritas terkait, yang menunjukkan bahwa

¹⁹³ Pasal 7, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

mekanisme pengawasan belum mampu mencegah terjadinya pelanggaran secara dini. Penegakan hukum baru dilakukan setelah kasus tersebut viral di media sosial menunjukkan bahwa sistem yang ada masih bersifat reaktif, bukan preventif.¹⁹⁴ Pelanggaran seperti ini pun kerap kali ditemukan pada produk-produk yang dijual para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).¹⁹⁵

Diketahui bahwasannya, UMKM sendiri memiliki karakteristik yang terdapat keterbatasan manajemen usaha sebagaimana definisi dari UMKM di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.¹⁹⁶ Usaha tersebut umumnya dioperasikan perindividu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan manapun. Artinya, besar kemungkinan usaha yang dijalankan tersebut belum tentu memiliki sistem administrasi, pencatatan, serta pemahaman regulasi yang memadai, termasuk terkait kewajiban sertifikasi halal. Kondisi ini berimplikasi pada tingkat pemenuhan terhadap kewajiban hukum yang masih terbatas, terutama dalam aspek jaminan kehalalan

¹⁹⁴ Melinda Dina Gussela, "Fenomena 'No Viral No Justice' Perspektif Teori Penegakkan Hukum," *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, Vol. 7, No.2, 2025, hlm. 795.

¹⁹⁵ Ariyanti, "Pencantuman Label Halal Sebagai Upaya Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah," *Nomos: Jurnal Penelitian Ilmu Hukum*, Vol. 5, No.1, 2025, hlm.174.

¹⁹⁶ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

produk.

Kekhawatiran seperti ini diduga menjadi hambatan tersendiri, meskipun pihak negara telah mengupayakan kemudahan akses melalui berbagai kebijakan yang memfasilitasi para pelaku usaha. Persepsi mengenai biaya yang mahal serta prosedur yang dianggap rumit sering kali menimbulkan keraguan bagi pelaku usaha untuk memulai proses sertifikasi. Kondisi seperti ini mencerminkan kesenjangan kebijakan yang telah dirancang oleh pemerintah dan pemahaman serta persepsi yang berkembang di kalangan pelaku UMKM, sehingga implementasi kebijakan belum berjalan secara optimal. Kebijakan yang memfasilitasi para pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikasi halal yang dimaksudkan ialah dengan memberikan sertifikasi dengan skema *self-declare* yang ditargetkan untuk para pelaku UMKM.

Fasilitas itu merupakan upaya negara dalam memastikan hak pelaku usaha terpenuhi, yang mana skema tersebut membebaskan para pelaku usaha dari pembiayaan yang biasanya dibebankan untuk proses sertifikasi kehalalan suatu produk. Tidak hanya membebaskan pembiayaan, negara pun turut memenuhi mandatnya dalam melayani sertifikasi kehalalan produk dengan waktu 21 hari kerja sebagaimana Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah

Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang disahkan.¹⁹⁷

Dilansir dari Laporan Capaian Kinerja BPJPH Tahun 2025, hingga akhir Juni 2025 telah diterbitkannya sertifikasi halal pada kurang lebih 337.573 produk dengan skema *self-declare*.¹⁹⁸ Diperlukan penyesuaian ulang seperti perluasan kelembagaan hingga ke tingkat akar yang memiliki perbedaan kondisi dan cenderung lebih tradisional. Melalui perspektif hukum, kondisi yang ada saat ini menunjukkan belum optimalnya pemenuhan aspek kepastian, kemanfaatan, dan keadilan secara seimbang di masyarakat. Mempertimbangkan berbagai faktor non-yuridis, seperti tingkat literasi hukum, akses informasi, serta keterbatasan sumber daya pelaku UMKM, maka hambatan implementasi menjadi semakin kompleks, hal tersebut membuat kebutuhan pendampingan yang lebih intensif, baik melalui sosialisasi, fasilitasi, maupun pengawasan langsung.

Kasus Ayam Goreng Widuran menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen muslim belum sepenuhnya diberikan secara memadai, tidak adanya keterbukaan informasi mengenai status non halal produk makanan menyebabkan pihak konsumen muslim

¹⁹⁷ Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang.

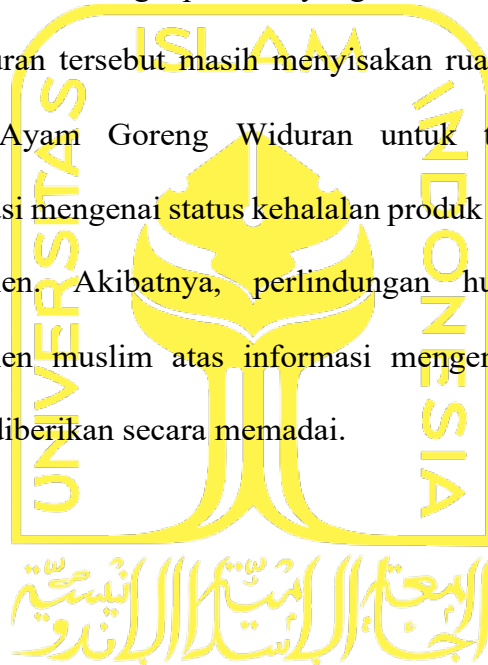
¹⁹⁸ https://cmsbl.halal.go.id/uploads/Laporan_Kinerja_Juni_2025_V2_1_f6478d547b.pdf, diakses pada tanggal 21 Februari 2026, pukul 02.00 WIB

mengonsumsi produk berdasarkan asumsi produk tersebut halal, sehingga hak atas informasi dan kepastian hukum tidak terpenuhi dengan baik. Hal ini menunjukkan, meskipun pengaturannya telah ada, pengaturan tersebut belum sepenuhnya memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen muslim.

Ditegaskan bahwa pengaturan kewajiban labelisasi halal secara yuridis-normatif telah memenuhi asas-asas perlindungan konsumen, khususnya asas kepastian hukum dan asas perlindungan hak atas informasi, namun dalam praktiknya asas keterbukaan, keadilan, dan tanggung jawab pelaku usaha belum terlaksana secara optimal, dengan demikian, perlindungan hukum terhadap konsumen muslim dalam labelisasi halal belum memadai secara yuridis-sosiologis, sehingga diperlukan penguatan implementasi melalui peningkatan pengawasan, penegakan hukum yang konsisten, serta pembangunan budaya hukum yang lebih baik di kalangan pelaku usaha dan masyarakat.

Implementasi kewajiban keterbukaan informasi labelisasi halal di Indonesia, kondisi seperti ini terdapat kesenjangan antara das sollen dan das sein yakni pelaku usaha tidak selalu aktif mengungkapkan informasi terkait status kehalalan produk, khususnya apabila produk tersebut tidak halal. Sehingga konsumen seringkali dalam kondisi ketidakpastian dan mengambil keputusan berdasarkan asumsi saja.

Kondisi ini menunjukkan adanya celah dalam peraturan perundang-undangan, khususnya Pasal 7 huruf b UUPK menegaskan pelaku usaha untuk senantiasa terbuka dalam memberikan informasi benar, jelas, dan jujur tanpa menetapkan kewajiban keterbukaan secara aktif. Serta pada Pasal 4 dan 25 UU Nomor 33 Tahun 2014 JPH mewajibkan pencantuman keterangan “tidak halal” bagi produk yang tidak memenuhi ketentuan. Pengaturan tersebut masih menyisakan ruang bagi pihak pelaku usaha Ayam Goreng Widuran untuk tidak menyampaikan informasi mengenai status kehalalan produk secara terbuka kepada konsumen. Akibatnya, perlindungan hukum terhadap hak konsumen muslim atas informasi mengenai kehalalan produk belum diberikan secara memadai.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Keterbukaan informasi mengenai kehalalan produk makanan merupakan kebutuhan yang sangat penting dalam menjamin hak konsumen muslim atas kepastian produk yang dikonsumsi. Kasus Ayam Goreng Widuran menunjukkan bahwa tidak adanya penyampaian informasi yang terbuka dan jelas mengenai penggunaan bahan yang memengaruhi status kehalalan produk telah menyebabkan konsumen muslim kehilangan kesempatan untuk menentukan pilihan konsumsi sesuai keyakinan agamanya. Kondisi ini menunjukkan bahwa hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur belum terpenuhi secara optimal sehingga perlindungan hukum terhadap konsumen muslim belum terlaksana secara efektif.
2. Pengaturan mengenai kewajiban penyampaian informasi kehalalan produk dalam UUPK dan UUJPH pada dasarnya telah memberikan dasar perlindungan hukum bagi konsumen muslim. Pengaturan tersebut belum secara tegas mengatur kewajiban keterbukaan informasi kehalalan oleh pelaku usaha, khususnya terkait mekanisme penyampaian informasi kepada konsumen.

Akibatnya, masih terdapat celah yang memungkinkan terjadinya ketidaktransparanan informasi sebagaimana terjadi pada Kasus Ayam Goreng Widuran.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian ini, maka penulis menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Pemerintah perlu memperkuat pengaturan mengenai kewajiban keterbukaan informasi kehalalan produk secara lebih tegas dan spesifik agar tidak terjadi ketidakjelasan dalam pelaksanaannya serta mampu memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen muslim.
2. BPJPH dan instansi terkait perlu meningkatkan pengawasan serta penegakan sanksi terhadap pelaku usaha yang tidak menyampaikan informasi kehalalan produk secara benar, jelas, dan jujur guna menjamin terpenuhinya hak konsumen muslim atas kepastian produk yang dikonsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- A Qirom Syamsudin Meliala, *Pokok-Pokok Perjanjian Beserta Perkembangannya*, Yogyakarta: Liberty, 2010
- Abdul Azis Dahlan, *Ensiklopedia Hukum Islam*. Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 1996.
- Agus Triyanta, *Akad Syariah: Inovasi dan Problematikanya Dalam Penerapan di Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UII Press, 2024.
- Ahmadi Miru, dan Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Ahmadi Miru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*. Rajawali Pers, 2011.
- Ahmadi Miru dan Sakka Pati, *Hukum Perjanjian Makna Pasal-pasal Perjanjian Bernama dalam KUHPPerdata (BW)*, Ctk. Pertama, Jakarta: Sinar Grafika, 2020.
- Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers 4, 2013.
- Az. Nasution “Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar,” Jakarta: Daya Widya, 2006.
- Barda Arief, *Masalah Penegakan Hukum dan Kebijakan Hukum Pidana dalam Penanggulangan Kejahatan*. Kencana Prenada Media Group, 2018.
- Bisma Putra Pratama dan Wira Okta Viana, *Hukum Perlindungan Konsumen*, CV Eureka: Media Aksara, 2025
- Bisma Putra Pratama, *Hukum Perlindungan Konsumen*, CV: Eureka Media Aksara, 2025
- Budi Agus Riswandi, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, FH UII Press, Yogyakarta, 2022.
- Celina Tri Siwi Kristiyani, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, Ctk. Keempat, Sinar Grafika, Jakarta, 2014.

- Cucu Susilawati dan Agus Joharudin, *Labelisasi Halal dan Purchase Intention Pada Produk Halal Non Makanan*, Bandung: CV Widina Media Utama, 2023
- C.S.T Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1958
- E N Mardiah, *Konsep Keamanan Pangan dalam Al-Qur'an dan Implementasinya: Studi Living Al-Qur'an tentang Pemahaman Masyarakat Kec. Sukmajaya Kota Depok terhadap Konsep Makanan Halal dan Thayyib dalam Al-Quran serta Implementasinya*, Banten:Penerbit A-Empat,2021.
- Eko Rial Nugroho, *Penyusunan Kontrak-kontrak Konvensional dan Syariah di Bawah Tangan*, Depok: Rajawali Pers, 2021
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2001.
- Farid Wajdi dan Diana Susanti, *Kebijakan Hukum Produk Halal di Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2021.
- Hadi Susilo dan Tuti Rostianti Maulani, *Pangan Halal: Prinsip, Proses, dan Jaminan Kualitas*, Cirebon: Greenbook Publisher, 2025.
- Itiham, Muhammad Fahmul, Muhammad Nizar, *Label Halal Bawa Kebaikan, Jawa Tengah*: Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan, 2019
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education Limited, 2016.
- M. Atho Mudzhar dan Choirul Fuad Yusuf, *Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam Perspektif Hukum dan Perundang-Undangan*, Jakarta: Puslitbang kehidupan Keagamaan, Badan Litbang dan Diklat, Kementrian Agama, 2011.
- Maisyarah Rahmi Hasan, *Maqasid Syariah Sertifikasi Halal*, Palembang: Bening Media Publishing, 2021
- Majelis Ulama Indonesia. *Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 44 Tahun 2020 tentang Ketentuan Pemberian Nama Produk, Label Halal, dan Fatwa Produk Halal*. Jakarta, 2020.

- Mashudi. *Konstruksi Hukum dan Respons Masyarakat Terhadap Sertifikasi Produk Halal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Mohammad Jafar Hafisah, Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1999
- Muhammad Fahmul, dan Muhammad Nizar. *Label Halal Bawa Kebaikan*. Jawa Timur: Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan, 2019.
- Norma Sari, *Perlindungan Konsumen Obat: Tinjauan Umum Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia*, Yogyakarta: UAD Press, 2021.
- Pauta Sapa Ardesta, *Sertifikat Halal di Era 5.0; Upaya Mewujudkan Integritas Nilai Ekonomi Syariah*, CV Brimedia Global, 2025
- Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Pranada Media, 2017.
- R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakati, Bandung, 1995
- Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo (Gramedia Widiansarana Indonesia), 2004.
- Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Panta Rei: 2005
- Siti Nur Azizah, *Politik Hukum Produk Halal di Indonesia*, Surabaya: Jakad Media Publishing, 2021.
- Stanton, William J. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1996.
- Sugeng Ribowo, *Sistem Jaminan Produk Halal di Indonesia dari Regulasi Menuju Peradaban Ekonomi Halal*, CV Langit Kata Publisher, 2026.
- Susanto, Burhanuddin. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Susilawati, Cucu, dan Agus Joharudin. *Labelisasi Halal dan Purchase Intention Pada Produk Halal Non Makanan*.

Bandung: CV. Widina Media Utama, 2023.

Sutedi, Adrian, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Indonesia: Ghalia, 2008

Syahrul Mustofa, *Hukum Keterbukaan Informasi Publik Indonesia*. Guepedia, 2020.

Wie, Thee Kian. *Dialog Kemitraan dan Keterkaitan Usaha Besar dan Kecil dalam Sektor Industri Pengolahan*. Jakarta: Gramedia, 1992.

William J Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1996

Yusnedi Achmad, *Aspek Hukum dalam Ekonomi*, Sleman: Deepublish, 2015

Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*. Jakarta: Robbani Press, 2021.

———. *Halal Dan Haram dalam Islam*. Surabaya: PT Bina Ilmu, 1993.

———. *Halal Dan Haram dalam Islam*. Jakarta: Robbani Press, 2013.

Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2017

SKRIPSI

Narita Cesa Astina, “Pemenuhan Hak atas Konsumen Muslim terhadap Labelisasi Halal Produk Makanan Cepat Saji Hara Chicken”, Skripsi Universitas Islam Indonesia, (2024).

Zilla Rizky Amalia, “Perlindungan Hukum Konsumen Muslim terhadap Pemenuhan Hak atas Informasi Produk Makanan Cepat Saji yang Tidak Berlabel Halal di Kabupaten Ponorogo”, Skripsi Universitas Islam Indonesia, (2024)

Laluna Nuralika, “Perlindungan Hukum Konsumen Muslim terhadap Produk Makanan Cepat Saji yang Tidak Bersertifikasi Halal di Restoran Sushi GO! Yogyakarta”, Skripsi Universitas Islam Indonesia, (2024)

Jessica Widya Pradani, “Pemenuhan Hak atas Informasi Halal Konsumen Muslim terhadap Produk Kosmetik Laneige”, Skripsi Universitas Islam

Indonesia, (2025)

Farhan Maulana Ibrahim, “Pemenuhan Hak atas Informasi Konsumen Muslim terhadap Labelisasi Halal Pada Produk Mie Instan Impor di KKV Mall Pakuwon Yogyakarta”, Skripsi Universitas Islam Indonesia, (2025)

JURNAL

Ayudewi, Syarifah “Pencantuman Logo Halal Secara Ilegal Menurut Hukum Pidana Islam” Ma’mal, *Jurnal Laboratorium Syariah dan Hukum*, Vol. 4, No.5, 2025.

Ahyani, Hisam, Haris Maiza Putra, Muharir, Naeli Mutmainah, dan Armelia Prakasa. "Kesadaran Global terhadap Ekonomi Halal di Indonesia pada Era Revolusi Industri 4.0." *ADZKIYA: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* Vol. 11, No. 2, 2023.

Asep, Aisyah, Mutiara Shabreen, Widya Andarestiani “Perlindungan Konsumen Muslim terhadap Produk Makanan yang Belum Bersertifikat Halal” *Jurnal Ilmu Pertanian dan Hukum Indonesia*, Vol.3, No.1, 2026.

Anggraini, Rizkita Dinar, dan Sinarianda Kurnia Hartantien. “Perlindungan Konsumen atas Hak Informasi dalam Melakukan Transaksi Online.” *Jurnal Hukum dan Keadilan*, Vol. 13, No.1,2023.

Angriyani, Ari Mariyana. “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Muslim dari Produk Pangan Yang Tidak Berlabel Halal dalam Perspektif Hukum Positif yang Terkait di Indonesia dan di Korea.” *Dialogia Iuridica*, Vol.12, No.1,2020.

Ariyanti. "Pencantuman Label Halal Sebagai Upaya Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah." *Nomos: Jurnal Penelitian Ilmu Hukum* Vol. 5, No. 1, 2025.

Aveciena Yoe, Maulidina Sari and Windarto “Analisis Yuridis terhadap Peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Perlindungan Konsumen di Indonesia” *Riau Law Journal*, Vol.9, No.1, 2025.

Aisyah, Siti “Peran Kejujuran dan Transparansi dalam Meningkatkan Integritas Bisnis Syariah” *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, Vol. 2, No.1, 2025.

Bambang Sutiyoso, “Perlindungan Konsumen dan Keseimbangan Para Pihak dalam Transaksi Perdagangan.” *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 28, No. 3,2021.

- Burhanuddin, dan Setyo Riyanto. "Perilaku Konsumen Muslim Indonesia terhadap Perkembangan Produk Makanan dan Minuman Halal." *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 10, No. 2, 2022.
- Bakti, Syahrul Harahap, Alkausar Saragih, Bonanda Jafatani Siregar "Pemberian Sanksi Administrasi terhadap Pencantuman Sertifikat Halal Tanpa Izin Badan Pengelola Jaminan Produk Halal" Titian: *Jurnal Ilmu Humaniora*, Vol. 7, No.2,2023.
- Elwardah, Khairiah "Pengaruh Sertifikasi Halal, Pemasaran Produk Halal, dan Kepuasan Konsumen terhadap Pertumbuhan Industri Halal di Indonesia" *Jurnal Multidisiplin West Science*, Vol.3, No.5,2024.
- Djunaidi, Much., Cut Baby Ayu Oktavia, Ratnanto Fitriadi, dan Eko Setiawan. "Perception and Consumer Behavior of Halal Product Toward Purchase Decision in Indonesia." *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 22, No. 2, 2021.
- Deti, Sri "Halal Awareness and Muslim Consumer Behavior in Indonesia: A systemic Literature Review" *Journal of Islamic Economics*, Vol. 4, No.1, 2025.
- Dina, Melinda Gussela "Fenomena 'No Viral No Justice' Perspektif Teori Penegakkan Hukum" Ranah Research: *Journal of Multidisciplinary Research and development*, Vol. 7, No.2,2025.
- Ernawati, Sri, dan Iwan Koerniawan. "Pengaruh Label Halal dan Kesadaran Halal terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk UMKM di Kota Bima." *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 16, No. 1, 2023.
- Eri, Dika Saputra "Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Melalui Ekosistem Industri Halal di Indonesia" *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 2, No.4,2025.
- Hayyun Durrotul Faridah "Sertifikasi Halal di Indonesia: Tantangan dan Implementasi Pasca UU JPH." *Journal of Halal Product and Research*, Vol. 4, No. 2, 2021.
- Fatmawati, Fatmawati, Romi Faslah. "Urgensi Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum dan Islam." *Jurnal Kajian Hukum dan Kebijakan Publik*, Vol. 2, No.2, 2025.
- Fitriani, Husna dan Retty Ikawati "Analisis Kesiapan Penerapan Sistem Jaminan Produk Halal pada Industri Catering" Baitul Maal, *Journal of Sharia Economics*, Vol.2, No.1,2025.

- Faikoh, Dewi dan Aan Zainul Anwar “Implementasi Penerapan Standar Jaminan Produk Halal pada Produk UMK Bersertifikat Halal” *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, Vol.8, No.1, 2025.
- Habibi, Mohammad, Eni Khasanaton Nisa, dan Davi Rahmad Adi Alamsyah. "Perlindungan Konsumen Muslim Melalui Jaminan Produk Halal di Indonesia." *EKOSIANA: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 12, No. 2, 2025.
- Hasugian, Syarah Tilawah, Nasrianti, Budi Bahreisy. “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Hak Informasi dalam Transaksi Jual Beli Online.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Malikussaleh*, Vol. 6, No. 2, 2023.
- Jamaedi, A Zulfikar “Sosialisasi Urgensi Sertifikasi dan Labelisasi Halal pada Pelaku Usaha Mikro” *Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Baubau*, Vol.1, No.1, 2024.
- Lubis, Sakban. “Makanan Halal dan Makanan Haram dalam Perspektif Fiqih Islam.” *Jurnal Ilmiah Al-Hadi*, Vol. 7, No. 2, 2022.
- Lahaling, Hijrah, Kindom Makkulawuzar, Singkeru Rukka “Hakikat Labelisasi Halal terhadap Perlindungan Konsumen di Indonesia” *Hasanuddin Law Review*, Vol.1, No.2, 2025.
- Maolana, Tommy, Rahmat Hidayat. “Benchmarking Industri Halal: Indonesia dan Malaysia.” *Tasfiah: Journal of Islamic Law and Sharia Economics*, Vol.2, No.1, 2026.
- Mustarin, Basyirah, Andi Nurfajri, dan Nur Aisyah. "Perlindungan Konsumen terhadap Kesadaran Produk Makanan Halal di Wilayah Minoritas Studi Kolaborasi Hukum Positif dan Hukum Islam." *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 6, No. 2, 2024.
- Monica, E S, N Sukartara, S F Vahlevi, and H Harahap. “Hak Konsumen Atas Informasi Produk dalam Perspektif Hukum dan Etika Bisnis.” *Innovative: Journal of Social Science Research*, Vol. 5, No. 4, 2025.
- Musa, Salzabila, Atik Krustiyati. “The Importance of Transparency in Halal Certification for Protecting Muslim Consumers.” *Jurnal Ar Ro'is Mandalika (ARMADA)*, Vol. 6, No. 2, 2025.
- Mustaqim, Dede Al. “Sertifikasi Halal Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen Muslim: Analisis Maqashid Syariah dan Hukum Positif.” *AB-JOIEC: Al- Bahjah Journal of Islamic Economics*, Vol.1, No. 2, 2023.
- Madani, Farid, “Penguatan Tata Kelola Halal pada Rumah Potong Hewan

Berbasis Hukum dan Etika Islam” *Equality: Journal of Islamic Law*, Vol. 3, No. 2, 2025.

Maelani, Adelia Agustin “Peran Sertifikasi Halal dalam Melindungi Konsumen Muslim Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Nasional” *Media Hukum Indonesia*, Vol.3, No.1,2025.

Mustarin, Basyirah, Andi Nurfajri, Nur Aisyah “Perlindungan Konsumen terhadap Kesadaran Produk Makanan Halal di Wilayah Minoritas Studi Kolaborasi Hukum Positif dan Hukum Islam” *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 6, No.2,2024.

Muyassaroh Yusroni, et al, “Analisis Implementasi UU 33/2014 dan PP 42/2014 terhadap Pengawasan Produk Halal Oleh BPJPH”, *Jurnal Ilmiah Nusantara*, Vol. 3, No. 3, 2026

Nasrudin, dan Nina Nursari. “Sertifikasi Halal Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen Muslim: Analisis Maqashid Syariah dan Hukum Positif.” *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 1, No. 2,2025.

Nasution, Hani Riadho, dan Abd Harris. “Kedudukan Konsumen dalam Hubungan Hukum dengan Pelaku Usaha di Indonesia.” *Locus Journal of Academic Literature Review*, Vol. 4, No. 6, 2025.

Nurul Janah, Tutik “Upaya Perlindungan Konsumen Muslim dan Non-Muslim Melalui Sertifikasi Halal dan Transparansi Komposisi Produk Makanan” *Islamic Review, Jurnal Riset dan Kajian Keislaman*, Vol. 9, No.1,2020.

Nursin Lubis, Andi et al “Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen dalam Produk Halal Berdasarkan UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal”, *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum*, No.2,2025.

Pandey, Shweta, Sheetal Mittal, and Deepak Chawla. “Tackling Consumer Information Asymmetry and Perceived Uncertainty for Luxury Re-Commerce through Seller Signals.” *Journal of Retailing and Consumer Services* 79,2024.

Pembayun, Eys Putri, and Arifin Faqih Gunawan. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital: Tinjauan Terhadap Implementasi UU Perlindungan Konsumen Di Marketplace.” *Jurnal Fakta Hukum*, Vol. 3, No. 2,2025.

Regar,Yohana Adelia, Hendrik Pondaag, dan Flora Pricilla Kalalo. “Tinjauan Yuridis Hak Konsumen terhadap Transparansi Informasi Produk Dalam Transaksi Digital Di Indonesia.” *Lex Administratum*, Vol.13, No. 3,2025.

- Rahmadina, Syahira et al “Dampak Label Halal Palsu terhadap Kepercayaan Konsumen dan Reputasi Bisnis Lokal” *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* Vol.2, No.2, 2025.
- Jannah, Rohamatul et al, “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Syariah: Perspektif Hukum Islam”, *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Pendidikan* Vol.4, No.1, 2025.
- Saputri, Oktoviana Banda. “Pemetaan Potensi Indonesia sebagai Pusat Industri Halal Dunia.” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 5, No. 2, 2020.
- Sari, Ratna, dan M Muslim. “Public Budget Transparency and Accountability in Preventing Corruption and Inefficiency.” *Advances in Management & Financial Reporting*, Vol. 4, No. 1, 2025.
- Supriyadi, Endang Irawan, dan Dianing Banyu Asih. “Regulasi Kebijakan Produk Makanan Halal di Indonesia.” *Jurnal Sosial dan Humaniora Universitas*, Vol. 1, No. 2, 2020.
- Sukardi, et al “ Efektivitas Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen”, *Journal of Management*, Vol.7, No.2, 2024.
- Sudarmono, Aidil “Sertifikat Halal dan Kontribusinya terhadap Ekonomi Indonesia” *Transformasi*, Vol. 4, No.2, 2022.
- Taufiq, Tamamudin, Sadali “Analisis Regulasi Halal dan Implikasinya Bagi UMKM: Literature Systematic Review” *Jurnal Neraca 21*, No. 1, 2025.
- Tikha, Amanda Santriati, Dwi Runjani Juwita “Perlindungan Hak Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam” *Opinia de Jurnal 2*, No.2, 2022.
- Usmi, Veronika et al, “Hak atas Informasi bagi Konsumen terhadap Labelisasi Halal dan Non Halal Pada Industri Kuliner”, *Indonesian Journal Of Law and Justice 2*, No.1, 2024.
- Wahyudi, Rofiul, Lu’liyatul Mutmainah, Maimunah Binti Ali. “Halal Food Based on Maqâshid Al-Syarî’ah Perspective.” *Journal of Halal Science and Research*, Vol. 2, No. 2, 2021.
- Mustami’ul Azizah, et al., “Perspektif Al-Qur’an dan Hadist dalam Mengonsumsi Makanan (Studi Normatif tentang Hukum Halal dan Haram Makanan),” *Al-Nizam: Indonesian Journal of research and Community*

Service, Vol. 3, No.1, 2025.

Abdul Sumarlin et al., “Identifikasi Titik Kritis Kehalalan dalam Produk Turunan Hewani: Pendekatan Sistematis untuk Keamanan Konsumen,” *AkMen Jurnal Ilmiah*, Vol. 21, No. 1, 2024.

Siti Rohmah, et al., “Menakar Urgensi dan Masa Depan Legislasi Fiqih Produk Halal di Indonesia: Antara Otoritarianisme Mayoritas dan Jaminan Konstitusional Mayoritas Muslim,” *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam*, Vol. 14, No. 2, 2020.

Yuliatun Najwa dan Hilman Nur, “Perlindungan Konsumen Muslim terhadap Risiko Ketidaksesuaian Jaminan Produk Halal dalam Skema Self-Declare,” *Journal of Law and Justice*, Vol. 1, No. 2, 2026.

Arianti Indah Purwandari dan Ach. Bakhrul Muchtasib, “Analisis Strategi Penanggulangan Penyalahgunaan Sertifikat Halal,” in *SNAM: Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ*, Vol. 6, No. 1, 2025.

Dewi Faikoh dan Aan Zainul Anwar, “Implementasi Penerapan Standar Jaminan Produk Halal pada Produk UMK (Usaha Mikro dan Kecil) Bersertifikat Halal,” *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, Vol. 8, No.1, 2025.

DATA ELEKTRONIK

“Dukcapil Kemendagri Ungkap Jumlah Penduduk RI sebanyak 288 Juta Jiwa Per Akhir 2025, Didominasi Pemeluk Agama Islam.”
<https://www.jawapos.com/nasional/2603130204/dukcapil-kemendagri-ungkap-jumlah-penduduk-ri-sebanyak-288-juta-jiwa-per-akhir-2025-didominasi-pemeluk-agama-islam>

“Indonesia Jadi Negara dengan Populasi Muslim Terbesar di Indonesia.”
Sevenhub.Id, 2026. <https://sevenhub.id/articles/article-detail/indonesiajadi-negara-dengan-populasi-muslim-terbesar-di-dunia>.

Sodiq, Fajar. “Skandal Kuliner Non-Halal di Solo – ‘Kita Enggak Tahu Kalau Pakai Minyak Babi, Kita Sangat Kecewa.’”
BBC.com, 2025. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/ce39y7eeve4o>.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, “Laporan Capaian Kinerja

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Periode Oktober 2024
Sampai Dengan Juni 2025,” 2025.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi
Publik

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil,
dan Menengah

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2008 tentang
Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES).

Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan

Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label Halal dan
Iklan Pangan.

LAMPIRAN



FAKULTAS
HUKUM

Gedung Fakultas Hukum
Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 7070222
E. fh@uii.ac.id
W. law.uii.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

No. : 208/Perpus-S1/20/H/VI/2026

Bismillaahirrahmaanirrahaim

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **M. Arief Satejo Kinady, A.Md.**
NIK : **001002450**
Jabatan : **Kepala Divisi Adm. Akademik Fakultas Hukum UII**

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **Safina Noor Fadiyah**
No Mahasiswa : **22410447**
Fakultas/Prodi : **Hukum**
Judul karya ilmiah : **PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN
MUSLIM MELALUI KEWAJIBAN
KETERBUKAAN INFORMASI KEHALALAN
PRODUK (Studi Kasus Ayam Goreng Widuran)**

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi dengan hasil **5%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 29 Juni 2025 M
14 Muharram 1448 H

Kepala Divisi Adm. Akademik

M. Arief Satejo Kinady, A.Md