

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP PEMALSUAN LABEL

HALAL PADA MAKANAN IMPOR YANG BEREDAR DI INDONESIA

SKRIPSI



Oleh :

RIZKI LINTANG SAFITRI

No. Mahasiswa : 13410489

PROGRAM STUDI S1 ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2017

**TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP PEMALSUAN LABEL
HALAL PADA MAKANAN IMPOR YANG BEREDAR DI INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna memperoleh Gelar Sarjana

(Strata-1) pada Fakultas Hukum

Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta



Oleh :

RIZKI LINTANG SAFITRI

No. Mahasiswa : 13410489

**PROGRAM STUDI S1 ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2017

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR PRA PENDADARAN
TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP PEMALSUAN LABEL
HALAL PADA MAKANAN IMPOR YANG BEREDAR DI INDONESIA

Telah Diperiksan dan Disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi Untuk

Diajukan ke Depan Tim Penguji Dalam Ujian Tugas Akhir/Pendadaran

pada Tanggal : 21 Juli 2017



Yogyakarta, 21 Juli 2017

Dosen Pembimbing Skripsi

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke.

Dr. Budi Agus Riswandi, SH., M. Hum
NIP/NIK: 014100109

HALAMAN PENGESAHAN



**TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP PEMALSUAN LABEL HALAL
PADA MAKANAN IMPOR YANG BEREDAR DI INDONESIA**

Telah dipertahankan di Hdapan Tim Penguji dalam
Ujian Tugas Akhir/ Pendararan
Pada Tanggal 14 Agustus 2017 dan Dinyatakan LULUS

Yogyakarta, 14 Agustus 2017

Tim Penguji

1. Ketua : Dr. Aunur Rahim Faqih SH., M.Hum
2. Anggota : Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum
3. Anggota : H. Sujitno, S.H., M.Hum

Tanda Tangan



Universitas Islam Indonesia
Fakultas Hukum

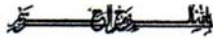


Dekan

(Dr. Aunur Rahim Faqih SH., M.Hum)

NIP.844100101

**SURAT PERNYATAAN
ORISINALITAS KARYA TULIS ILMIAH BERUPA TUGAS AKHIR
MAHASISWA FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**



Yang bertandatangan dibawah ini saya:

Nama : **RIZKI LINTANG SAFITRI**

No. Mhs : **13410489**

Adalah benar benar Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah melakukan Penulisan Karya Ilmiah (Tugas Akhir) berupa Skripsi yang berjudul:

**TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP PEMALSUAN LABEL
HALAL PADA MAKANAN IMPOR YANG BEREDAR DI INDONESIA**

Karya ilmiah ini akan saya ajukan kepada tim penguji dalam ujian pendadaran yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini Saya menyatakan:

- b. Bahwa karya tulis ilmiah ini adalah benar benar karya saya sendiri yang dalam penyusunanya tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika, dan norma norma penulisan sebuah karya tulis ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- c. Bahwa saya menjamin hasil karya ilmiah ini benar benar Asli (Orisinil), bebas dari unsur unsur yang dapat dikategorikan sebagai melakukan perbuatan "*penjiplakan karya ilmiah (Plagiat)*";
- d. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas karya ilmiah ini pada saya, namun demi untuk kepentingan kepentingan yang bersifat akademik dan pengembanganya, saya memberikan kewenangan kepada pepustakaan Fakultas Hukum UII dan Perpustakaan di lingkungan Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya ilmiah saya tersebut.

Selanjutnya berkaitan dengan hal di atas (terutama penyertaan pada butir no. 1 dan 2), saya sanggup menerima sanksi administrative, akademik, bahkan sanksi pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut. Saya juga akan bersifat kooperatif untuk hadir, menjawab, membuktikan, melakukan pembelaan terhadap hak hak saya serta menandatangani berita acara terkait yang menjadi hak dan kewajiban saya, di depan "Majelis" atau "TIM" Fakultas Hukum UII yang ditunjuk oleh pimpinan fakultas, apabila tanda tanda plagiat disinyalir ada atau terjadi pada karya ilmiah saya oleh pihak Fakultas Hukum UII. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya dan dalam kondisi sehat jasmani dan rohani, dengan sadar serta tidak ada tekanan dalam bentuk apapun dan oleh siapapun.

Yogyakarta, 13 Juli 2017

Yang membuat pernyataan


RIZKI LINTANG SAFITRI
NIM. 13410489

CURRICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : Rizki Lintang Safitri
2. Tempat Lahir : Klaten
3. Tanggal Lahir : 28 April 1995
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Golongan Darah : O
6. Alamat Terakhir : Miliran RT 10 RW 03 Yogyakarta
7. Alamat Asal : Dorowati RT 19 RW 06, Krajan, Jatinom, Klaten
8. Identitas Orang / Wali
 - a. Nama Ayah : Bambang Pakarti
 - Pekerjaan Ayah : PNS
 - b. Nama Ibu : Setiasih
 - Pekerjaan Ibu : PNS
9. Alamat Wali : Dorowati RT 19 RW 06, Krajan, Jatinom, Klaten
10. Riwayat Pendidikan
 - a. SD : SD Negeri 1 Krajan
 - b. SLTP : SMP Negeri 1 Jatinom
 - c. SLTA : SMA Negeri 1 Jatinom
11. Organisasi : Boxing FH UII
12. Hobby : Silat, Mengaji

Yogyakarta, 13 Juli 2017
Yang Bersangkutan,

RIZKI LINTANG SAFITRI
NIM. 13410489

HALAMAN MOTTO



".....bear with patience whatever befalls you"

"Don't let your head rule your heart and don't let your heart rule your head"

"Optimislah saat segala urusan terasa sulit bagimu, karena Allah telah bersumpah dua kali : "Sesungguhnya sebuah kesulitan bersama kemudahan, sesungguhnya sebuah kesulitan bersama kemudahan"`` begitulah janji Allah kepada umat manusia.

"Every time you find yourself smiling from joy, big or small, remember to say ALHAMDULILLAH in your mind. He gave you that moment."

"Intanshurullah Yansurkum (Jika kamu menolong Allah (Agama Allah) maka Allah akan menolongmu)"

HALAMAN PERSEMBAHAN



Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada :

- ❖ Pertama kepada orang tua saya, Bapak dan Ibu yang telah menjadi motivasi dalam hidup saya, dan selalu mensupport saya. Meskipun saya sering dimarahi.
- ❖ Kedua kepada kakak dan adik saya, yang telah mendukung saya
- ❖ Ketiga untuk Semua Almamater Fakultas Hukum UII

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan kasih rahmat serta sayang-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir guna meraih gelar sarjana hukum di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari segala dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Bapak Aunur Rahim Faqih SH., M.Hum yang telah memberikan dukungan kepada penulis dengan berbagai kegiatan selama berkuliah di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak/ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah mencurahkan ilmunya sehingga menjadi bekal penulis untuk berperan di masyarakat sebagai Sarjana Hukum yang berintegritas.
4. Kepada Bapak Bambang Pakarti dan Ibu Setiasih selaku orang tua saya yang mana sejak lahir hingga sekarang saya dibesarkan dengan penuh kasih sayang dan dididik untuk menjadi anak yang mandiri sehingga bisa berguna sampai sekarang.
5. Kaka saya Adi Putra Fauzi dan Adik saya Royana Salsabila yang telah memberikan support kepada saya.
6. Kepada teman-teman saya Alya Hesdana Yanari, Rizki Nurlaily Putri Yan Dwi Akasih, Anisa Virgiani, Aulia Rafiq, Ariska Nur Aprilia, Melinda Esti Ningrum, Fitria Susilowati, Risa Dwi Astuti, Feri Dwi Nurcahyo dan Isrujito Abdillah yang selama ini tiada henti memberikan dukungan serta motivasi yang tiada habisnya.

7. Rekan-rekan FH UII angkatan 2013
8. Rekan-rekan Asy-Syfa' dan Gondokusuman yang telah memberikan banyak motivasi dan nasehat.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, namun penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat dan sumbangan pemikiran bagi yang membacanya

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 13 Juli 2017

Penulis,

RIZKI LINTANG SAFITRI

13410489

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
CURRICULUM VITAE	v
HALAMAN MOTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
ABSTRAK	xv

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Tinjauan Pustaka.....	12

E. Metode Penelitian.....	19
1. Fokus Penelitian.....	20
2. Bahan Hukum.....	20
3. Cara Pengumpulan Bahan Hukum.....	21
F. Kerangka Skripsi.....	22

BAB II. PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TANGGUNG JAWAB

PELAKU USAHA

A. Perlindungan Hukum.....	24
B. Perlindungan Konsumen.....	24
1. Hukum Perlindungan Konsumen.....	24
a. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen.....	24
b. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen.....	32
c. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen.....	36
2. Konsumen.....	40
a. Pengertian Konsumen.....	40
b. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	44
3. Pelaku Usaha.....	48
a. Pengertian Pelaku Usaha.....	48
b. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	53
c. Tanggung Jawab Pelaku Usaha.....	56
C. Labelisasi Halal	

1. Pengertian Labelisasi Halal.....	57
2. Pencantuman Label Halal.....	62
D. Perlindungan Konsumen dan Labelisasi Halal dalam Perspektif Islam.....	63
1. Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Islam.....	63
2. Labelisasi Halal dalam Perspektif Islam.....	77

BAB III : TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP PEMALSUAN LABEL HALAL PADA MAKANAN IMPOR YANG BEREDAR DI INDONESIA

A. Keterangan Label Halal pada Makanan Impor Sebagai Wujud Hak Atas Hak Informasi Bagi Konsumen Muslim di Indonesia.....	81
B. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Apabila Terjadi Pelanggaran Label Halal Pada Pangan Impor yang Beredar di Indonesia.....	91

DAFTAR PUSTAKA

ABSTRAK

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen untuk mengetahui bagaimana hak atas informasi yang seharusnya didapatkan oleh konsumen dan bagaimana tanggung jawab pelaku usaha atas pelanggaran yang dilakukan atas menggunakan label halal secara illegal pada produk makanan impor.

Tipe penelitian adalah yuridis normatif, yaitu suatu penelitian yang dengan mempergunakan studi kepustakaan terhadap peraturan perundang-undangan yang terkait dengan permasalahan yang diatur dalam Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk meneliti aturan-aturan yang berkaitan dengan pengaturan perlindungan konsumen, yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Sedangkan pendekatan konseptual digunakan karena isu hukum pada level teori hukum (konsep). Dalam hal ini, konsep yang digunakan adalah tentang konsep dasar perlindungan konsumen, hak serta kewajiban atas konsumen dan pelaku usaha, sanksi-sanksi yang diberikan kepada para pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen dan lain-lain. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Peraturan perundang-undangan yang mengatur labelisasi halal pada produk makanan impor belum sepenuhnya memberikan kepastian hukum jaminan hukum bagi konsumen muslim terhadap pangan dan produk lainnya.

Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Pemalsuan, Label Halal.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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

haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen.¹

Tak dapat dipungkiri bahwasannya pengusaha dengan bebas dapat menghasilkan produknya, sehingga konsumen sangat tergantung bahkan fanatik terhadap merk tertentu yang di produksi oleh para pengusaha-pengusaha tersebut. Dari sudut pandang ekonomi, produsen sebagai penghasil barang dan konsumen sebagai pengguna barang, akan berbeda halnya dengan aspek sosiologis, dimana hubungan produsen dengan konsumen semakin renggang, akibat dari sistem pasar bebas. Hal ini disebabkan konsumen tidak mengetahui dengan jelas siapa yang memproduksi barang yang mereka peroleh. Pada hal produk yang diproduksi untuk konsumen telah dikemas sedemikian rupa dengan teknologi yang canggih dan kemudian dipasarkan dengan manajemen dan iklan yang berlebihan. Dilihat dari sisi ini, maka posisi setiap produsen dan konsumen semakin tidak seimbang. Produsen berada pada titik yang selalu diuntungkan di tengah keterbatasan pengetahuan konsumen terhadap suatu produk. Disebabkan posisi tawar konsumen yang lemah, maka hak-hak konsumen sangat sering dan mudah untuk dilanggar. Kondisi dan realitas tersebut, mendorong pelaku usaha untuk mengeksploitasi

¹ Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, hlm.1.

ketidakberdayaan konsumen dengan lebih mengonsentrasikan dirinya untuk memenangkan persaingan dan perluasan pasar.²

Posisi konsumen sebagai pihak yang lemah juga diakui secara internasional sebagaimana tercermin dalam Resolusi Majelis Umum PBB No.A/RES/39/248 Tahun 1985, tentang Guidelines for Consumer Protection, yang menyatakan bahwa 2:

*“ Taking into account the interest and needs of consumers in all countries, particularly those in developing countries, recognizing that consumers often face imbalance in economic terms, educational levels, and bargaining power, and bearing in mind that consumers should have the right of access to nonhazard-ous products, as well as the right to promote just, equitable and sustainable economic and social development,”.*³

Terhadap posisi konsumen tersebut, ia harus dilindungi oleh hukum karena salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum adalah memberikan perlindungan kepada masyarakat. Perlindungan terhadap masyarakat tersebut harus diwujudkan dalam bentuk kepastian hukum yang menjadi hak konsumen.⁴

Oleh karena itu Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi lembaga pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan

² Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2010, hlm. 15

³ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008, hlm. 3.

⁴ Abdul Halim Barkatullah. *Hak-Hak Konsumen*, Bandung : Nusa Media, 2010, hlm. 1.

konsumen. Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun secara tidak langsung.⁵

Disamping itu, semakin majunya globalisasi dan perdagangan bebas yang berfokus pada persoalan makanan dan minuman juga tak kalah cepat ruang gerak arus transaksinya melintasi batas-batas wilayah suatu Negara, sehingga produk makanan dan minuman yang ditawarkan bervariasi dan konsumen bias memilih produk makanan dan minuman tersebut sesuai dengan yang diinginkan. Namun, dengan semakin majunya globalisasi dan perdagangan bebas dalam persoalan makanan dan minuman, masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim, masyarakatnya dibuat resah mengenai persoalan apakah makanan dan minuman yang dikonsumsi tersebut benar-benar halal. Karena makanan dan minuman yang dilarang oleh Islam (babi, alkohol dan lainnya) dalam regulasi bisnis sekarang ini, telah dapat dikemas dalam bentuk yang lain, sehingga susah dilacak dengan mata telanjang, bahkan ada kemungkinan untuk menempel kepada produk makanan dan

⁵ Adrian Sutedi, Op. Cit, hlm.2.

minuman berupa bahan-bahan tambahan yang berasal dari hewan yang diharamkan.⁶

Keterangan mengenai kehalalan suatu produk makanan merupakan hal yang sangat penting bagi masyarakat muslim terutama di Indonesia yang masyarakatnya mayoritas muslim, dari hasil riset lembaga riset dunia Pew Research Center dalam laporannya yang diungkapkan kepada umum 2 April 2015, menurut laporan lengkapnya kalau dari persentase populasi Indonesia, berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia pada 2010, total penduduk Indonesia mencapai 238 juta jiwa. Jumlah penganut agama Islam mencapai 87 persen atau sekitar 207 juta jiwa.⁷ Oleh karena, sangat penting ini dimaksudkan untuk melindungi masyarakat muslim di Indonesia agar terhindar dari mengonsumsi pangan yang tidak halal. Karena wajib hukumnya bagi umat muslim untuk mengonsumsi makanan, obat-obatan maupun barang apapun dengan yang halal. Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang juga merupakan komoditas. Perdagangan, memerlukan dukungan sistem perdagangan pangan yang etis, jujur, dan bertanggung jawab sehingga terjangkau oleh masyarakat. Pangan dalam bentuk makanan dan

⁶ Slamet Mujiono, "Perlindungan Konsumen : Regulasi Bisnis" *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Edisi No.1 Vol. 1, 2016, hlm. 68

⁷ <http://www.gomuslim.co.id/read/news/2016/08/23/1274/pew-research-center-umat-islam-diprediksi-jadi-terbesar-se-dunia.html>. Diakses terakhir tanggal 23 Agustus 2016

minuman adalah salah satu kebutuhan pokok manusia yang diperlukan untuk hidup, tumbuh, berkembang biak, dan reproduksi.⁸

Peraturan Pemerintah No.69 tahun 1999 pasal 1 ayat 5 mengatakan bahwa pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang menyangkut bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, bahan bantuan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi pangan, dan yang pengelolaannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam.⁹ Pertumbuhan dan perkembangan industri dalam skala besar maupun skala kecil di satu pihak membawa dampak positif dan negatif pada konsumen. Dampak positifnya adalah tersedianya kebutuhan dalam jumlah yang mencukupi, mutu yang lebih baik serta adanya alternatif pilihan bagi konsumen dalam kebutuhannya. Sedangkan dampak negatifnya yaitu dalam teknik pemrosesan, penyimpanan, penanganan, dan pengepakan seringkali digunakan bahan pengawet yang membahayakan kesehatan atau bahan tambahan yang mengandung unsur haram yang dilarang dalam agama Islam, penggunaan teknologi yang tidak memperhatikan standar yang ditetapkan pemerintah serta perilaku bisnis yang tidak sehat karena produsennya hanya mengejar keuntungan setinggi-

⁸ <http://endrah.blogspot.com>. Endrah, 2009, " Kasus Tentang Perundangan Pangan " diakses pada 7 Juli 2017

⁹ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label Dan Iklan Pangan

tingginya tanpa memikirkan resiko yang diterima oleh konsumen dan mengabaikan standarisasi mutu makanan.¹⁰ Di pasaran saat ini produk impor pun marak, termasuk juga makanan ringan. Hal ini tentunya harus diwaspadai oleh konsumen muslim. Karena ternyata selain masalah perizinan, legal tidaknya produk tersebut ada di pasaran Indonesia juga masalah kehalalannya. Konsumen muslim harus waspada terhadap apa yang akan dikonsumsi. Halal, dengan adanya label halal yang legal menjadi pegangan utama untuk memilih.¹¹

Dalam Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal ditegaskan, bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Untuk itu, Pemerintah bertanggung jawab dalam menyelenggarakan Jaminan Produk Halal (JPH). Menurut bunyi Pasal 7 UU, dalam penyelenggaraan Jaminan Produk Halal, BPJPH berwenang antara lain: a. Merumuskan dan menetapkan kebijakan JPH; b. Menetapkan norma, standar, prosedur dan kriteria JPH; c. Menerbitkan dan mencabut Sertifikat Halal pada produk luar negeri; dan d. Melakukan registrasi Sertifikat Halal pada Produk luar negeri. Dalam melaksanakan wewenang sebagaimana dimaksud, BPJPH bekerjasama

¹⁰ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Medan : Paulinus Josua, 1999, hlm. 1.

¹¹ Elvina Agustin Rahayu. "Snack food dan Kehalalannya" www.halalguide.info Makanan. diakses pada 2 April 2011

dengan kementerian dan/atau lembaga terkait, Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), dan Majelis Ulama Indonesia (MUI).¹²

Aturan tentang label dan iklan pangan kemudian diperinci di dalam Peraturan Pemerintah No 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Pada Pasal 3 ayat 2, persyaratan minimal keterangan yang harus tercantum dalam label tidak lagi mencantumkan keterangan halal sebagai salah satu persyaratan sebagaimana yang tercantum pada UU Pangan Pasal 30 ayat 2. Di dalam Peraturan Pemerintah ini aturan tentang label halal termaktub di dalam Pasal 10 dan Pasal 11. Pasal 10 ayat 1 menyatakan bahwa setiap orang yang memproduksi dan memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggungjawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label. Sedangkan Pasal 11 ayat 1 menyatakan bahwa untuk mendukung kebenaran pernyataan halal sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 10 ayat 1, setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan, wajib memeriksakan terlebih dahulu pangan tersebut pada lembaga pemeriksa yang telah diakreditasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Ayat-ayat tersebut mempertegas penjelasan dari UU Pangan Pasal 30 ayat 2 yaitu pencantuman

¹² Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal

keterangan atau tulisan halal pada label pangan merupakan kewajiban apabila pihak yang memproduksi dan atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia menyatakan (mengklaim) bahwa produknya halal bagi umat Islam.

Selanjutnya dalam Pasal 4 huruf (c) UUPK juga disebutkan bahwa “Konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa”. Pasal ini memberikan pengertian bahwa keterangan halal yang diberikan oleh pelaku usaha haruslah benar atau telah teruji terlebih dahulu. Dengan demikian pelaku usaha tidak dapat dengan serta merta mengklaim bahwa produknya halal, sebelum melalui pengujian kehalalan yang telah ditentukan.¹³ Label itu ibarat jendela, konsumen yang jeli bisa mengintip suatu produk dari labelnya. Dari informasi pada label, konsumen secara tepat dapat menentukan pilihan sebelum membeli dan atau mengkonsumsi pangan. Tanpa adanya informasi yang jelas maka kecurangan-kecurangan dapat terjadi.¹⁴

Keberadaan undang-undang perlindungan konsumen seharusnya dapat mengurangi pelanggaran di bidang perlindungan konsumen. Apalagi dalam Pasal 49 Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah dibentuk Badan

¹³ Hermawan, “Pentingnya Pencantuman Label Halal Dalam Kemasan Produk Pangan Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Muslim”, *jurnal hokum dan social*, edisi no. 2. Vol. 1, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda, 2013, hlm. 15

¹⁴ Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2000, HLM. 15

Penyelesaian Sengketa Konsumen yang untuk selanjutnya disingkat dengan BPSK, yakni suatu badankhusus yang memiliki tugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha di luar pengadilan. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan lebih efektif untuk menyelesaikan perkara antara konsumen dan pelaku usaha dibandingkan penyelesaian melalui pengadilan karena pada umumnya merupakan kasus yang sederhana dan berskala kecil. Oleh karena itu, BPSK merupakan wadah yang tepat bagi para konsumen untuk menuntut kerugian yang dialaminya akibat tindakan pelaku usaha yang melanggar hukum perlindungan konsumen.

Begitu banyaknya peredaran pemasaran produk makanan impor yang mencantumkan label halal tanpa memenuhi prosedur dan ketentuan sesuai Undang-undang, memang sangat meresahkan konsumen muslim Indonesia. Terdapat beberapa kasus yang berkaitan dengan pemalsuan label halal palsu pada makanan import : 1.selama bulan Januari hingga Februari 2016, ditemukan sekitar 15 produk makanan asing dengan label halal palsu. Kasus ini ditemukan di Medan, Bandung, Jakarta, dan Surabaya. Produk-produk tersebut umumnya berasal dari Cina dan Korea.¹⁵, 2. Dari survei didapat produk impor dari Taiwan yang mana produk tersebut mencantumkan label halal dan tidak disebutkan lebih lanjut lembaga mana yang mengeluarkan label halal tersebut, sebagaimana halnya produk impor dari Malaysia dan

¹⁵ <http://www.republika.co.id/berita/koran/dialog-jumat/16/03/11/o3vfw23-waspada-produk-impor-berlabel-halal-palsu>. Diakses pada 10 Maret 2011

Singapura.¹⁶ 3. Beberapa produk asal negara China telah memalsukan logo halal pada produk makanannya. Label dari Lembaga Pengkajian Pangan Obat dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) dan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang tertera dalam kemasan tersebut bodong. Temuan label Halal palsu ini merupakan hasil penelusuran dari Indonesia Halal Watch. Produk dengan kemasan label halal palsu ini ditemukan di Toko Buah Total. Lokasi toko tersebut di bilangan Sunter, Jakarta Utara. Berikut perincian produk yang memiliki label halal dan BPOM palsu, antara lain, pemalsuan pada makanan Sagiko Fun Fun dan Sagiko Chocolate Oat Meal yang di impor oleh PT Indosagiko Sukses Global, terdapat pula pada produk makanan Silang Almond Pastry dan Silang Good Vita Naatural Oat Cracker yang diimpor oleh CV Dimensi Globaltama.¹⁷

Berdasarkan pertimbangan dan pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam dan mengadakan penelitian berkaitan dengan banyaknya pemalsuan label halal yang merugikan konsumen muslim di Indonesia. Oleh karena itu, penulis memilih judul penulisan hukum **“TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP PEMALSUAN LABEL HALAL PADA MAKANAN IMPOR YANG BEREDAR DI INDONESIA”**

¹⁶ http://koran.republika.co.id/berita/17092/Label_Halal_Tanpa_Sertifikat. diakses pada 13 Februari 2011

¹⁷ <http://www.ambiguistis.net/2016/05/Label.Halal.Palsu.Ditemukan.Pada.Produk.Makanan.html>, diakses pada 10 Maret 2017

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yaitu antara lain :

1. Bagaimana keterangan label halal pada makanan impor sebagai wujud hak atas hak informasi bagi konsumen muslim di Indonesia ?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha apabila terjadi pelanggaran label halal pada makanan impor yang beredar di Indonesia ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui keterangan label halal pada makanan impor sebagai wujud hak atas hak informasi bagi konsumen muslim di Indonesia.`
2. Untuk mengetahui tanggung jawab pelaku usaha apabila terjadi pelanggaran label halal pada makanan impor yang beredar di Indonesia.

D. Tinjauan Pustaka

Perlindungan hukum adalah segala upaya yang ditujukan untuk memberikan rasa aman. Berdasarkan pengertian diatas dapat diambil suatu pengertian bahwa perlindungan hukum adalah segala upaya untuk memberikan rasa aman bagi seseorang dengan membatasi hak dan kewajiban seseorang dalam masyarakat berdasarkan sekumpulan peraturan yang mengatur tata tertib bertingkah laku dalam masyarakat.¹⁸

¹⁸ Iswanto. *Pengantar Ilmu Hukum*. Purwokerto: Unsoed, hlm. 40.

Pengertian perlindungan konsumen termaktub dalam pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menegaskan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.¹⁹ Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab.

Hukum Perlindungan Konsumen yang merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan melindungi kepentingan konsumen. Dengan demikian, hukum perlindungan konsumen dibutuhkan apabila kondisi para pihak yang mengadakan hubungan hukum atau masalah dalam masyarakat itu tidak seimbang.²⁰ Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan asas-asas yang relevan dalam pembangunan nasional.

Hukum Perlindungan Konsumen menurut Az. Nasution dalam bukunya *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar* menyebutnya sebaga berikut Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah

¹⁹ Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 1 angka 1

²⁰ Firman Tumanlara Endipardja, *Op. Cit*, hlm.49

yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat.²¹

Hukum perlindungan konsumen terbentuk dari pola hubungan antara beberapa unsur utama yang terkait didalamnya. Hubungan tersebut tercipta dari suatu perikatan bisnis yang menimbulkan akibat hukum. Dalam hukum perlindungan konsumen, pengertian akibat hukum tidak hanya berhenti setelah terjadinya kesepakatan para pihak, melainkan perlu ditindak lanjuti hingga paska terjadinya kesepakatan tersebut.²²

Pengertian konsumen dalam arti umum adalah pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu. Sedangkan pengertian menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga orang lain maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan.²³

Hak dan kewajiban adalah sesuatu yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia. Ketika manusia berhubungan dengan

²¹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2007, hlm. 37.

²² Burhanudin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, Malang : UIN Maliki Press, 2011, hlm. 6

²³ Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 1 angka 2

sesamanya, maka dengan sendirinya melahirkan hak dan kewajiban yang akan mengikat keduanya.²⁴

Ada 4 hak dasar konsumen yang dikenal secara umum dan diakui secara internasional yang mana dicetuskan oleh John F. Kennedy dalam Kongres Gabungan Negara-Negara Bagian di Amerika Serikat, meliputi:

- 1) Hak untuk memperoleh keamanan;
- 2) Hak memilih;
- 3) Hak mendapat informasi;
- 4) Hak untuk didengar.

Hak-hak konsumen yang dicetuskan oleh John F. Kennedy tersebut dimasukkan dalam program konsumen European Economic Community (EEC) yang meliputi:

- 1) Hak perlindungan kesehatan dan keamanan;
- 2) Hak perlindungan kepentingan ekonomi;
- 3) Hak untuk memperoleh ganti rugi;
- 4) Hak atas penerangan;
- 5) Hak untuk didengar.²⁵

Pengertian pelaku usaha menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen “Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum

²⁴ Burhanudin, *Op. Cit.*, hlm.8

²⁵ Adrian Sutedi, *Op. Cit.*, hlm. 49

yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.²⁶

Pihak yang terkait dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen selain konsumen adalah pelaku usaha. Pelaku usaha atau produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Produsen tidak hanya diartikan sebagai pihak pembuat/pabrik yang menghasilkan produk saja, tetapi juga mereka yang terkait dengan penyampaian atau peredaran produk hingga sampai ke tangan konsumen, atau dapat dikatakan produsen dalam arti yang lain.

Pengertian pelaku usaha dalam Pasal 1 angka 3 UU No.8 Tahun 1999 cukup luas karena meliputi grosir, leveransir, pengecer dan sebagainya. Cakupan luasnya pengertian pelaku usaha dalam UUPK tersebut memiliki persamaan dengan pengertian pelaku usaha dalam Masyarakat Eropa terutama Negara Belanda, bahwa yang dapat dikualifikasi sebagai produsen adalah: pembuat produk jadi penghasil bahan baku, pembuat suku cadang, setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai produsen, dengan jalan mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu, atau tanda lain yang membedakan dengan produk

²⁶ Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 1 angka 3

asli, pada produk tertentu; importir suatu produk dengan maksud untuk dijualbelikan, disewakan, disewagunakan (*leasing*) atau bentuk distribusi lain dalam transaksi perdagangan; pemasok (*supplier*), dalam hal identitas dari produsen atau importir tidak dapat ditentukan.²⁷

Ketentuan normatif lainnya yaitu Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan juga memuat definisi tentang pelaku usaha pangan yaitu dalam Pasal 1 angka (39) yang berbunyi: Pelaku Usaha Pangan adalah Setiap Orang yang bergerak pada satu atau lebih subsistem agribisnis Pangan, yaitu penyedia masukan produksi, proses produksi, pengolahan, pemasaran, perdagangan, dan penunjang.²⁸

Hak dan kewajiban dalam kontrak bisnis merupakan dua sisi yang bersifat saling timbal balik. Artinya, hak salah satu pihak akan menjadi kewajiban pihak lain, dan begitupula sebaliknya kewajiban salah satu pihak menjadi hak pihak lain.²⁹

Label dalam Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau

²⁷ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013, hlm.8

²⁸ Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, Pasal 1 angka 39

²⁹ Burhanudin, *Op. Cit.*, hlm. 11

bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan.³⁰

Pengaturan penggunaan produk halal di Indonesia, memiliki dua hal yang sangat terkait, yaitu sertifikasi dan labelisasi. Sertifikat halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat Islam melalui pemeriksaan yang terperinci oleh LPPOM MUI. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.

Adapun labelisasi halal adalah perizinan pemasangan kata “HALAL” pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh Badan POM. Izin pencantuman label halal pada kemasan produk makanan yang dikeluarkan oleh Badan POM didasarkan rekomendasi MUI dalam bentuk sertifikat MUI. Sertifikat halal MUI dikeluarkan oleh MUI berdasarkan hasil pemeriksaan LP POM MUI.

Maka, setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, didalam, dan/atau dikemasan pangan. Label dimaksud tidak mudah lepas dari

³⁰ Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan, pasal 1 angka 3

kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak, serta terletak pada bagian kemasan pangan yang mudah untuk dilihat dan dibaca.³¹

Pada Pasal 30 ayat (1), Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan disebutkan setiap orang yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia makanan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan.³²

Maka, setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label, yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari label.³³

E. Metode Penelitian

1. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam tulisan ini adalah ?

- a. Untuk mengetahui keterangan label halal pada makanan impor sebagai wujud hak atas informasi bagi konsumen muslim di Indonesia.

³¹ Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan, pasal 2

³² Undang-Undang Tentang Pangan No. 7 Tahun 1996, Pasal 30 ayat 1

³³ Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan, pasal 10

- b. Untuk mengetahui tanggung jawab pelaku usaha apabila terjadi pelanggaran label halal pada makanan impor yang beredar di Indonesia.

2. Bahan Hukum

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yaitu bahan hukum yang bersifat autoritatif atau mempunyai otoritas atau memiliki kekuatan mengikat.³⁴ Bahan yang mempunyai kekuatan mengikat secara yuridis, yaitu:

- 1) Undang-Undang No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan,
- 2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen,
- 3) Undang-Undang No. 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan,
- 4) PP No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan, KepMen RI No. 924/Menkes/SK/VII/1996 tentang Perubahan atas Keputusan Menteri Kesehatan No. 82 Menkes/SK/I/1996 tentang pencantuman Tulisan Halal pada Label Makanan, tentang Pelaksanaan Pencantuman Label Halal pada Makanan,
- 5) Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal

b. Bahan Hukum Sekunder

³⁴ Soerjono Soekanto & Sri Mahmudji, *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta : Rajawali Press, 1998, hlm. 34

Bahan hukum yang berfungsi untuk membantu menjelaskan dan menguraikan bahan hukum primer, seperti, literatur, jurnal, dan hasil wawancara.

3. Cara Pengumpulan Bahan Hukum

a. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah Studi Kepustakaan, studi ini dipergunakan untuk mengumpulkan data sekunder, yang dilakukan dengan cara, mencari, mencatat, menginventarisasi dan mempelajari peraturan perundang-undangan dan doktrin-doktrin yang berhubungan erat dengan pokok permasalahan. Adapun instrument pengumpulan yang digunakan berupa form dokumentasi, yaitu suatu alat pengumpulan data sekunder yang berbentuk format-format khusus, yang dinuat untuk menampung segala macam data yang diperoleh selama kajian dilakukan.

b. Pendekatan yang digunakan

Pada prinsipnya untuk penelitian hukum normatif, metode pendekatan yang digunakan antara lain : perundang-undangan, konseptual, historis, komparatif dan filosofis. Dari kelima macam pendekatan tersebut diatas, pendekatan yang relevan dengan penelitian hukum dari penulis ialah pendekatan undang-undang.

4. Pengolahan dan Analisis Bahan – bahan Hukum

Bahan hukum yang diperoleh dalam penelitian ini akan dianalisis secara normatif kualitatif, yaitu analisis yang dilakukan dengan cara memahami dan merangkai bahan hukum yang telah dikumpulkan dan disusun secara sistematis dan diuraikan dalam kalimat yang teratur, runtut, logis, kemudian diakhir ditarik kesimpulan.

F. Kerangka Skripsi

Penelitian ini, sistematika penulisan terbagi dalam 4 (empat) bab dengan sistematika sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, kerangka skripsi, dan daftar pustaka (sementara).

Bab II Tinjauan Pustaka,

Pada prinsipnya sama seperti yang dicantumkan dalam proposal penelitian namun lebih dikembangkan lagi sehingga dukungan teori, prinsip, dan landasan ilmiahnya lebih mendalam.

Bab III Analisis dan Pembahasan,

Menjabarkan hasil penelitian yang telah dilakukan beserta analisisnya. Pada bagian hasil penelitian berisi uraian rinci tentang hasil yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan dalam bentuk deskripsi/narasi. Sedangkan pada bagian pembahasan berisi tentang

bagaimana hasil penelitian dapat menjawab pertanyaan pada rumusan masalah dalam penelitian ini.

Bab IV Kesimpulan dan Saran,

Pada bagian kesimpulan berisi pernyataan singkat dan tepat yang dijabarkan dari hasil penelitian dan pembahasan. Pada bagian saran dibuat berdasarkan pengalaman dan pertimbangan dari penulis. Tujuan dari saran adalah memberikan arahan kepada penulis sejenis yang ingin mengembangkan penelitian lebih lanjut, saran dapat pula berupa rekomendasi terhadap institusi yang terkait pada penelitian ini

BAB II

PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN TANGGUNG JAWAB

PELAKU USAHA

A. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum merupakan salah satu upaya agar tujuan hukum dapat tercapai. Tujuan hukum yang dimaksud yaitu terpeliharanya keamanan dan ketertiban sehingga dapat menjamin adanya kepastian hukum, dengan demikian dapat menghindarkan

tindakan kesewenangan pihak-pihak tertentu. Iswanto dalam bukunya Pengantar Ilmu Hukum memberikan gambaran terhadap pengertian perlindungan hukum sebagai berikut “Perlindungan hukum adalah segala upaya yang ditujukan untuk memberikan rasa aman. Berdasarkan pengertian diatas dapat diambil suatu pengertian bahwa perlindungan hukum adalah segala upaya untuk memberikan rasa aman bagi seseorang dengan membatasi hak dan kewajiban seseorang dalam masyarakat berdasarkan sekumpulan peraturan yang mengatur tata tertib bertingkah laku dalam masyarakat.”³⁵

B. Perlindungan Konsumen

1. Hukum Perlindungan Konsumen

a. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen

Pengertian perlindungan konsumen termaktub dalam pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menegaskan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.³⁶ Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa

³⁵ Iswanto. *Pengantar Ilmu Hukum*. Purwokerto: Unsoed, hlm. 40.

³⁶ Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 1 angka 1

baginya, dan menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab.

Di samping Undang-Undang Perlindungan Konsumen, hukum konsumen juga “ditemukan” di dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku umum. Perundang-undangan umum yang dimaksudkan adalah semua peraturan perundangan tertulis yang diterbitkan oleh badan-badan yang berwenang untuk itu, baik di pusat maupun di daerah. Meskipun perundang-undangan itu tidak khusus diterbitkan untuk konsumen atau perlindungan konsumen, setidaknya peraturan perundangan tersebut juga merupakan sumber dari hukum perlindungan konsumen. Beberapa diantaranya diuraikan sebagai berikut:

- 1) Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945, alinea IV: “... kemudian daripada itu untuk membentuk suatu Pemerintahan Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia...”. Berdasarkan kutipan tersebut, adanya kata yang menunjukkan asas dalam perlindungan konsumen yaitu pada kata “segenap bangsa”. Perlindungan konsumen dimaksudkan untuk segenap bangsa Indonesia tanpa terkecuali termasuk didalamnya pelaku usaha dan

konsumen. Di samping itu, kata “melindungi” menurut Az. Nasution didalamnya terkandung pula asas perlindungan (hukum) pada segenap bangsa tersebut.

2) Undang-Undang Dasar 1945, antara lain:

- a) Pasal 27 ayat (2) UUD 1945 Tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan. Penjelasan dari pasal ini yakni ketentuan mengenai hak warga negara. Hak warga negara yang dinyatakan dalam penjelasan pasal ini adalah hak warga negara yang menjamin agar mereka dapat hidup sebagai manusia seutuhnya, bukan hanya hak-hak yang bersifat fisik dan material tetapi juga hak psikis. Penghidupan yang layak bagi kemanusiaan merupakan hak semua orang dan merupakan hak dasar bagi rakyat Indonesia secara menyeluruh.
- b) Pasal 28 UUD 1945 Kemerdekaan berserikat dan berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan dan sebagainya ditetapkan dengan undang-undang. Penjelasan pasal ini berkaitan dengan kedudukan warga negara. Pasal ini memuat hasrat bangsa Indonesia untuk membangun negara yang

bersifat demokrasi dan hendak menyelenggarakan keadilan sosial. Berbagai hak yang dimiliki konsumen telah dimuat dalam kedua pasal tersebut, sehingga dapat dikatakan Undang-Undang Dasar 1945 merupakan sumber hukum bagi perlindungan konsumen.

- 3) Ketetapan MPR 1993 “...meningkatkan pendapatan produsen dan melindungi kepentingan konsumen”. Kata “melindungi kepentingan konsumen” terlihat lebih jelas arahan MPR tentang kekhususan kepentingan pelaku usaha dan kepentingan konsumen
- 4) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, pasal-pasal yang mengatur antara lain:
 - a) Pasal 1238 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Si berhutang adalah lalai, apabila ia dengan surat perintah atau dengan sebuah akta sejenis itu telah dinyatakan lalai, atau demi perikatannya sendiri, ialah jika ini menetapkan, bahwa si berhutang harus dianggap lalai dengan lewatnya waktu yang ditentukan. Pasal ini menyatakan bahwa wanprestasi terjadi karena adanya perjanjian dengan pihak lawan akan tetapi pihak

lawann tidak memenuhi prestasi yang telah diperjanjikan atau mungkin memenuhi tetapi tidak sebagaimana mestinya.

- b) Pasal 1267 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pihak terhadap siapa perikatan tidak dipenuhi, dapat memilih apakah ia, jika hal itu masih dapat dilakukan, akan memaksa pihak yang lain untuk memenuhi perjanjian, ataukah ia akan menuntut pembatalan perjanjian, disertai penggantian biaya kerugian dan bunga. Menurut Subekti, pasal ini memberikan pilihan pada kreditur untuk menuntut kepada debitur karena perbuatan wanprestasi yang dilakukan debitur, bahwa kepada kreditur dapat memilih tuntutan sebagai berikut: 1) Pemenuhan perjanjian 2) Pemenuhan perjanjian disertai ganti rugi 3) Ganti rugi saja 4) Pembatalan perjanjian 5) Pembatalan disertai ganti kerugian.
- c) Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat: 1) Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya

- 2) Kecakapan untuk membuat suatu perikatan 3) Suatu hal tertentu 4) Suatu sebab yang halal`
- d) Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut. Pasal ini mengatur tentang bentuk tanggung jawab dan tuntutan ganti rugi yang diakibatkan perbuatan melawan hukum (onrechtmatigedaad) sehingga pasal ini dapat digunakan untuk melindungi hak konsumen.
- 5) Kitab Undang-Undang Hukum Dagang, baik Buku kesatu maupun Buku kedua yang mengatur tentang hak dan kewajiban yang terbit dari, khususnya (jasa) perasuransian dan pelayaran.
- 6) Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Buku III tentang pelanggaran, yaitu Pasal 204, 205, 359, 360, 382, 382 bis, 383, dan 390 KUHP.
- 7) Berbagai Peraturan Perundang-Undangan Lainnya, antara lain:

- a) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1961 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1961 Tentang Barang menjadi Undang-Undang.
- b) Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 Tentang Metrologi Legal.
- c) Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 Tentang Wajib Daftar Perusahaan.
- d) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 Tentang Perindustrian.
- e) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 1985 Tentang Ketenagalistrikan.
- f) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1987 Tentang Kamar Dagang dan Industri.
- g) Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1996 Tentang Hygiene.
- h) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.
- i) Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan.

- j) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- k) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- l) Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan.
- m) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan

Dengan telah diundangkannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen maka peraturan-peraturan yang berkaitan dengan yang berkaitan dengan permasalahan perlindungan konsumen telah diunifikasi. Lahirnya UUPK memberikan harapan besar bagi masyarakat Indonesia, untuk dapat memperoleh perlindungan hukum atas kerugian yang diderita oleh konsumen dalam transaksi suatu barang dan/atau jasa yang dibeli maupun dikonsumsi. Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan dasar hukum dan jaminan kepastian hukum terhadap hak-hak konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha. Dasar hukum mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen yang terdapat didalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini tentu bertujuan

untuk mewujudkan kehidupan masyarakat yang adil, makmur dan sejahtera tanpa harus menghadapi berbagai permasalahan konsumen yang rumit.

b. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen

Sesungguhnya peranan hukum dalam konteks ekonomi adalah menciptakan ekonomi dan pasar yang kompetitif. Terkait dengan hal ini pula, bahwa tidak ada pelaku usaha atau produsen tunggal yang mampu mendominasi pasar, selama konsumen memiliki hak untuk memilih produk mana menawarkan nilai terbaik, baik dalam harga maupun mutu. Serta tidak ada pelaku usaha dan produsen yang mampu menetapkan harga berlebihan atau menawarkan produk dengan kualitas yang rendah, selama masih ada produsen lain dan konsumen akan pindah kepada produk lain tersebut.

Perlindungan konsumen harus mendapatkan perhatian yang lebih, karena investasi asing telah menjadi bagian pembangunan ekonomi Indonesia, dimana ekonomi Indonesia juga berkaitan dengan ekonomi dunia. Persaingan internasional dapat membawa implikasi negative bagi konsumen. Perlindungan konsumen tidak saja terhadap barang-narang berkualitas rendah, akan tetapi juga

terhadap barang-barang yang membahayakan kehidupan masyarakat.

Perlindungan terhadap konsumen didasarkan pada keadilan komutatif yakni keadilan yang memberikan kepada setiap orang sama banyaknya dengan tidak mengingat jasa-jasa perseorangan.³⁷

Perlindungan konsumen adalah merupakan masalah kepentingan manusia, oleh karenanya menjadi harapan bagi semua bangsa di dunia untuk dapat mewujudkannya. Mewujudkan perlindungan konsumen adalah mewujudkan hubungan berbagai dimensi yang satu sama lain mempunyai keterkaitan dan saling ketergantungan antara konsumen, pengusaha, dan Pemerintah.³⁸

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa

³⁷ Chainur Arrasjid, *Dasar-dasar Ilmu Hukum*, Jakarta : Sinar Grafika, 2006, hlm. 40

³⁸ Erman Raja Guguk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Mandar Maju, 2003, hlm.

hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut.

Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu :

1. Perlindungan hukum terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Terbukti bahwa semua norma perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen memiliki sanksi pidana. Singkatnya, bahwa segala upaya yang dimaksudkan dalam perlindungan konsumen tersebut tidak saja terhadap tindakan preventif, akan tetapi juga tindakan represif dalam semua bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen. Maka perlindungan konsumen dilakukan dengan :

1. Menciptakan system perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha.
3. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.
4. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan.
5. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.

Maka, hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan pengguna, dalam kehidupan masyarakat. Tegasnya hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan peraturan perundang-undangan, baik undang-undang maupun peraturan perundang-undangan lainnya serta putusan-putusan

hakim yang substansinya mengatur mengenai kepentingan konsumen.³⁹

c. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan hukum terhadap konsumen dilakukan sebagai bentuk usaha bersama antara konsumen (masyarakat), produsen (pengusaha), dan juga pemerintah sebagai pembentuk Peraturan Perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi konsumen. Lebih lanjut ketika membahas mengenai perlindungan hukum bagi konsumen maka sudah tentu akan membahas juga mengenai apa saja yang menjadi asas dan tujuan dan tujuan dari hukum perlindungan konsumen itu sendiri. Satjipto Raharjo berpendapat bahwa asas hukum bukan merupakan peraturan hukum, namun tidak hukum yang bisa diabaikan tanpa mengetahui asas-asas hukum yang ada didalamnya, asas-asas hukum memberi makna etis kepada setiap peraturan-peraturan hukum serta tata hukum. Asas-asas hukum merupakan sebuah fondasi bagi suatu undang-undang dan peraturan pelaksanaannya. Apabila asas-asas hukum yang menjadi fondasi tersebut dikesampingkan, maka runtuhlah bangunan undang-undang itu dan segenap peraturan pelaksanaannya. Sedangkan telah diatur didalam Undang-

³⁹ Inosentius samsul h 34

Undang Perlindungan Konsumen didalam Pasal 2, maka hukum perlindungan hukum konsumen itu sendiri berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta asas kepastian hukum.⁴⁰

Berikut ini akan di jelaskan lebih lanjut mengenai masing-masing asas perlindungan hukum terhadap konsumen secara lebih rinci, sebagai mana yang telah tercantum didalam Pasal 2 Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, antara lain adalah :

- 1) Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- 2) Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

⁴⁰ Eli Wuria, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu : Jakarta, 2015, hml . 10.

- 3) Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
- 4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- 5) Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Adapun yang menjadi tujuan dari hukum perlindungan konsumen, sebagaimana telah diertantum di dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;

- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Beberapa asas dan tujuan dari perlindungan konsumen sebagaimana tercantum didalam Pasal 2 dan 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di atas, menunjukan bahwa asas dan tujuan dari adanya perlindungan hukum bagi konsumen tersebut jelas membawa misi yang sangat besar dan mulia untuk mewujudkan kesejahteraan serta kemakmuran kehidupan berbangsa dan bernegara tanpa harus selalu mengalami masalah-masalah yang berkaitan dengan pelaku usaha yang merugikan konsumen akibat produk barang dan/atau jasa yang diedarkan dan

diperdagangkannya. Masyarakat sangat berharap agar dengan adanya peraturan perundang-undangan yang mengatur secara tegas tentang perlindungan konsumen itu, baik produsen (pelaku usaha) maupun konsumen dapat menyadari akan hak dan kewajiban mereka masing-masing, sehingga keduanya tidak akan ada yang merasa dirugikan oleh salah satu pihak terkait. Hal tersebut tentunya berkaitan dengan dibutuhkan kesadaran dan kehati-hatian yang harus dimiliki oleh seorang konsumen didalam memilih suatu produk barang dan/atau jasa, dengan demikian maka konsumen telah mampu menyelamatkan bahkan melindungi dirinya sendiri dari kerugian yang mungkin terjadi.⁴¹

2. Konsumen

a. Pengertian Konsumen

Praktis sebelum tahun 1999, hukum positif Indonesia belum mengenal istilah konsumen. Kendatipun dengan demikian, hukum positif Indonesia berusaha untuk menggunakan beberapa istilah yang pengertiannya berkaitan dengan konsumen. Variasi penggunaan istilah yang berkaitan dengan konsumen tersebut mengacu kepada perlindungan konsumen, namun belum memiliki ketegasan dan kepastian

⁴¹ *Ibid*, hml. 15

hukum tentang hak-hak konsumen. Salah satunya adalah Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyebutkan beberapa istilah yang berkaitan dengan konsumen, yaitu : pembeli, penyewa, penerima hibah, peminjam, dan sebagainya. Adapun dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang ditemukan istilah tertanggung dan penumapang.⁴²

Istilah konsumen berassal dan alih bahasa dari kata *consumer*, secara harifian kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Begitu pula kamus bahasa Inggris-Indonesia yang memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen. Kamus umum bahasa Indonesia mendefiniikan konsumen sebagai lawan produsen, yaitu pemakai barang-barang hasil indsustri, bahan makanan, dan sebagainya. Sedangkan Pengertian konsumen dalam arti umum adalah pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu.

Sedangkan pengertian menurut Undang-undang Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi

⁴² Zulham, *Op.cit*, hlm. 14.

kepentingan diri sendiri, keluarga orang lain maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan.⁴³

Berdasarkan dari beberapa pengertian konsumen yang telah dikemukakan di atas, maka konsumen dapat dibedakan kepada tiga batasan, yaitu :

- 1) Konsumen Komersial (*commercial Consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk memproduksi barang dan/atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan.
- 2) Konsumen antara (*intermediate consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/ atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali dengan tujuan mencari keuntungan.
- 3) Konsumen akhir (*ultimate consumer/end user*), adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/jasa untuk tujuan memnuhi kebutuhan pribadi, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mencari keuntungan kembali.⁴⁴

⁴³ Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 1 angka 2

⁴⁴ Az.Nasution, *Op. Cit*, hlm. 13.

Az. Nasution dalam bukunya yang berjudul Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar menegaskan beberapa batasan tentang konsumen, yakni:

- 1) Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu;
- 2) Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial);
- 3) Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (nonkomersial).⁴⁵

Sehubungan dengan hal tersebut, menurut Hans W.Miklitz, secara garis besar dapat dibedakan dua tipe konsumen yaitu:

- 1) Konsumen yang terinformasi (*well informed*) yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:
 - a) Memiliki tingkat pendidikan tertentu;

⁴⁵ Az. Nasution, 2001, Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, Jakarta: Diadit Media, Hal. 13.

- b) Mempunyai sumber daya ekonomi yang cukup, sehingga dapat berperan dalam ekonomi pasar bebas;
 - c) Lancar berkomunikasi.
- 2) Konsumen yang tidak terinformasi yang memiliki ciri-ciri:
- a) Kurang berpendidikan;
 - b) Termasuk kategori ekonomi kelas menengah ke bawah;
 - c) Tidak lancar dalam berkomunikasi.⁴⁶

b. Hak dan Kewajiban Konsumen

Didalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah dirumuskan apa yang menjadi hak dan kewajiban, yang ditujukan baik kepada konsumen maupun pelaku usaha. Meskipun telah terumus secara jelas, akan tetapi apabila diperhatikan, hak-hak dan kewajiban tersebut tidaklah langsung dinikmati dan dijalankan oleh konsumen maupun pelaku usaha. Pemenuhan terhadap hak dan kewajiban tersebut akan dapat terealisasi dengan dipatuhinya norma-norma yang terdapat pada pasal-pasal lainnya. Oleh karena itulah untuk dapat memahami lebih lanjut apa yang menjadi hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, serta hubungannya dengan norma-norma

⁴⁶ Sidharta, 2004, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Jakarta: PT. Grasindo Edisi Revisi, Hal.3.

yang lain, maka pada bagian ini akan dikemukakan hak dan kewajiban konsumen.

1) Hak Konsumen

Pengertian hak adalah kepentingan hukum yang dilindungi oleh hukum, sedangkan kepentingan adalah tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi. Hak dan kewajiban adalah sesuatu yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia. Ketika manusia berhubungan dengan sesamanya, maka dengan sendirinya melahirkan hak dan kewajiban yang akan mengikat keduanya.⁴⁷ Menurut Pasal 4 UUPK hak-hak yang dimiliki konsumen adalah sebagai berikut :

- 1) hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 3) hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

⁴⁷ Burhanudin, *Op. Cit.*, hlm.8

- 4) hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- 5) hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 6) hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 9) hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁴⁸

Hak-hak konsumen tersebut sudah mencakup hak-hak konsumen seperti yang dirumuskan oleh mantan Presiden Amerika Serikat John F. Kennedy dalam Kongres Gabungan Negara-Negara Bagian di Amerika Serikat pada tahun 1962, Secara historis mengenai hak-hak dasar konsumen pertama kali dikemukakan oleh Presiden

⁴⁸ Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 4

Amerika Serikat J.F. Kennedy “Presiden yang pertama kali mengangkat martabat konsumen” saat menyampaikan pidato revolusioner di depan kongres (US Congress) pada tanggal 15 Maret 1962 tentang Hak konsumen. Ia berujar, “Menurut definisi, konsumen adalah kita semua. Mereka adalah kelompok ekonomi paling besar yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh hampir setiap keputusan ekonomi Publik dan swasta, tetapi mereka hanya sekelompok penting yang suaranya nyaris tak didengar. Waktu mengumumkan gagasan tentang perlunya perlindungan konsumen, yang diantara pidatonya menyebutkan empat hak konsumen yang perlu mendapat perlindungan secara hukum, meliputi:

- 5) Hak untuk memperoleh keamanan (*the right to safety*);
- 6) Hak memilih (*the right to choose*);
- 7) Hak mendapat informasi (*the right to be informed*);
- 8) Hak untuk didengar (*the right to be heard*).⁴⁹

Hak-hak konsumen yang dicetuskan oleh John F. Kennedy tersebut dimasukkan dalam program konsumen European Economic Community (EEC) yang meliputi:

⁴⁹ Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 27

- 6) Hak perlindungan kesehatan dan keamanan;
- 7) Hak perlindungan kepentingan ekonomi;
- 8) Hak untuk memperoleh ganti rugi;
- 9) Hak atas penerangan;
- 10) Hak untuk didengar.⁵⁰

2) Kewajiban Konsumen

Disamping hak yang harus dilindungi, konsumen juga mempunyai kewajiban yang harus ditunaikan. Dalam suatu perikatan yang menjadi kewajiban konsumen menurut Undang-undang adalah meliputi :

- 1) membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- 2) beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- 3) membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- 4) mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.⁵¹

3. Pelaku usaha

a. Pengertian Pelaku Usaha

⁵⁰ Adrian Sutedi, *Op. Cit*, hlm. 49

⁵¹ Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 5

Pihak yang terkait dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen selain konsumen adalah pelaku usaha. Pelaku usaha atau produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Produsen tidak hanya diartikan sebagai pihak pembuat/pabrik yang menghasilkan produk saja, tetapi juga mereka yang terkait dengan penyampaian atau peredaran produk hingga sampai ke tangan konsumen, atau dapat dikatakan produsen dalam arti yang lain.

Istilah produsen berasal dari bahasa Belanda yakni *producent*, dalam bahasa Inggris, *producer* yang artinya adalah penghasil.⁵² Produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Dalam pengertian ini termasuk di dalamnya pembuat, grosir, leveransir, dan pengecer profesional, yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen. Dengan demikian, produsen tidak hanya diartikan sebagai pihak pembuat/pabrik yang menghasilkan produk saja, tetapi juga

⁵² N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen, Perlindungan Konsumen, dan Tanggung Jawab Produk*, Jakarta: Panta Rei, hlm. 28

mereka yang terkait dengan penyampaian/peredaran produk hingga sampai ke tangan konsumen.⁵³

Pengertian pelaku usaha menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 3 Angka 1 yaitu :

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.⁵⁴

Pengertian pelaku usaha dalam Pasal 1 angka 3 UU No.8 Tahun 1999 cukup luas karena meliputi grosir, leveransir, pengecer dan sebagainya. Cakupan luasnya pengertian pelaku usaha dalam UUPK tersebut memiliki persamaan dengan pengertian pelaku usaha dalam Masyarakat Eropa terutama Negara Belanda, bahwa yang dapat dikualifikasi sebagai produsen adalah: pembuat produk jadi penghasil bahan baku, pembuat suku cadang, setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai produsen, dengan jalan mencantumkan namanya, tanda

⁵³ Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, Bandung Citra: Aditya Bakti, hlm. 16

⁵⁴ Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 1 angka 3

pengenal tertentu, atau tanda lain yang membedakan dengan produk asli, pada produk tertentu; importir suatu produk dengan maksud untuk dijualbelikan, disewakan, disewagunakan (*leasing*) atau bentuk distribusi lain dalam transaksi perdagangan; pemasok (*supplier*), dalam hal identitas dari produsen atau importir tidak dapat ditentukan.⁵⁵

Ketentuan normatif lainnya yaitu Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan juga memuat definisi tentang pelaku usaha pangan yaitu dalam Pasal 1 angka (39) yang berbunyi: Pelaku Usaha Pangan adalah Setiap Orang yang bergerak pada satu atau lebih subsistem agribisnis Pangan, yaitu penyedia masukan produksi, proses produksi, pengolahan, pemasaran, perdagangan, dan penunjang.⁵⁶

Istilah pelaku usaha adalah istilah yang digunakan oleh pembuat undang-undang yang pada umumnya lebih dikenal dengan istilah pengusaha. Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) menyebut empat kelompok besar kalangan pelaku ekonomi, tiga diantaranya termasuk kelompok pengusaha (pelaku usaha, baik privat maupun publik). Ketiga kelompok pelaku usaha tersebut adalah sebagai berikut:

⁵⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013, hlm.8

⁵⁶ Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, Pasal 1 angka 39

- 1) Kalangan investor, yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan, seperti perbankan, usaha leasing, tengkulak, penyedia dana lainnya, dan sebagainya;
- 2) Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan/atau jasa dari barang-barang dan/atau jasa-jasa lain (bahan baku, bahan tambahan/penolong, dan bahan-bahan lainnya). Mereka terdiri atas orang/badan usaha berkaitan dengan pangan, orang/badan yang memproduksi sandang, orang/usaha yang berkaitan dengan pembuatan perumahan, orang/usaha yang berkaitan dengan jasa angkutan, perasuransian, perbankan, orang/usaha yang berkaitan dengan obat-obatan, kesehatan, narkotika, dan sebagainya;
- 3) Distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut kepada masyarakat, seperti pedagang secara retail, pedagang kaki lima, warung, toko, supermarket, hypermarket, rumah sakit, klinik, warung dokter, usaha

angkutan (darat, laut, udara), kantor pengacara, dan sebagainya.⁵⁷

b. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Dalam hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha sebagai salah satu pihak yang terlibat dalam transaksi mempunyai hak dan dalam Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha mempunyai hak sebagai berikut :

- 1) hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- 4) hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 5) hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁵⁸

⁵⁷ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010, hlm. 17

Hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak jika kondisi barang dan/atau jasa yang diberikannya kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang dan/atau jasa yang sama. Dalam praktek yang biasa terjadi, suatu barang dan/atau jasa yang kualitasnya lebih rendah daripada barang yang serupa, maka para pihak menyepakati harga yang lebih murah. Dengan demikian yang dipentingkan dalam hal ini adalah harga yang wajar.⁵⁹

Hak dan kewajiban dalam kontrak bisnis merupakan dua sisi yang bersifat saling timbal balik. Artinya, hak salah satu pihak akan menjadi kewajiban pihak lain, dan begitupula sebaliknya kewajiban salah satu pihak menjadi hak pihak lain.⁶⁰ Karena itu disamping hak, pelaku usaha mempunyai kewajiban sebagaimana yang telah diatur didalam Undang-undang Perlindungan Konsumen :

- 1) beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

⁵⁸ Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 6

⁵⁹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010, hlm. 51

⁶⁰ Burhanudin, *Op. Cit.*, hlm. 11

- 2) memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- 3) memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 4) menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- 5) 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;
- 6) memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 7) memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.⁶¹

c. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

⁶¹ Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 7

Menurut Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha mempunyai tanggung jawab. Tanggung jawab pelaku usaha adalah :

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-sundangan yang berlaku.
- 3) Pemberian gantirugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat

membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.⁶²

Memperhatikan substansi Pasal 19 ayat (1) dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha, meliputi:

- 1) Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
- 2) Tanggung jawab kerugian atas pencemaran;
- 3) Tanggung jawab kerugian atas kerugian konsumen.

Berdasarkan hal ini, maka adanya produk barang dan/atau jasa yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha. Hal ini berarti bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen.

C. Labelisasi Halal

a. Pengertian Labelisasi Halal

Label dalam Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan.⁶³

⁶² Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 19

⁶³ Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan, pasal 1 angka 3

Pengaturan penggunaan produk halal di Indonesia, memiliki dua hal yang sangat terkait, yaitu sertifikasi dan labelisasi. Sertifikat halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat Islam melalui pemeriksaan yang terperinci oleh LPPOM MUI. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.

Adapun labelisasi halal adalah perizinan pemasangan kata “HALAL” pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh Badan POM. Izin pencantuman label halal pada kemasan produk makanan yang dikeluarkan oleh Badan POM didasarkan rekomendasi MUI dalam bentuk sertifikat MUI. Sertifikat halal MUI dikeluarkan oleh MUI berdasarkan hasil pemeriksaan LP POM MUI.

Maka, setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, didalam, dan/atau dikemasan pangan. Label dimaksud tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak, serta terletak

pada bagian kemasan pangan yang mudah untuk dilihat dan dibaca.⁶⁴

Pada Pasal 30 ayat (1), Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan disebutkan setiap orang yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia makanan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan.⁶⁵ Pada ayat (2) disebutkan Label, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), memuat sekurang kurangnya keterangan mengenai :

- 1) Nama produk;
- 2) Daftar bahan yang digunakan;
- 3) Berat bersih atau isi bersih;
- 4) Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia;
- 5) Keterangan tentang halal; dan
- 6) Tanggal, bulan, dan tahun kedaluarsa.⁶⁶

Maka, setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas

⁶⁴ Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan, pasal 2

⁶⁵ Undang-Undang Tentang Pangan No. 7 Tahun 1996, Pasal 30 ayat 1

⁶⁶ Undang-Undang Tentang Pangan No. 7 Tahun 1996, Pasal 31 ayat 2

kebenaran tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label, yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari label.⁶⁷

b. Pencantuman Label Halal

Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal menegaskan, permohonan Sertifikat Halal diajukan oleh Pelaku Usaha secara tertulis kepada BPJPH. Selanjutnya, BPJPH menetapkan LPH untuk melakukan pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan Produk. Adapun pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalal Produk dilakukan oleh Auditor Halal di lokasi usaha pada saat proses produksi. Selanjutnya, LPH menyerahkan hasil pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalal produk kepada BPJPH untuk disampaikan kepada Majelis Ulama Indonesia (MUI) guna mendapatkan penetapan kehalalan produk.

MUI akan menggelar Sidang Fatwa Halal untuk menetapkan kehalalan Produk paling lama 30 (tiga puluh) hari kerja sejak diterimanya hasil pemeriksaan dan/atau pengujian Produk dari BPJPH itu. Keputusan Penetapan Halal Produk akan disampaikan MUI kepada BPJPH untuk menjadi dasar penerbitan Sertifikat Halal.

⁶⁷ Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan, pasal 10

Sementara yang dinyatakan halal oleh Sidang Fatwa Halal MUI akan menjadi dasar BPJPH untuk menerbitkan Sertifikat Halal paling lama 7 (tujuh) hari kerja terhitung sejak keputusan kehalalan Produk diterima dari MUI. Menurut UU ini, Pelaku Usaha yang telah memperoleh Sertifikat Halal wajib mencantumkan Label Halal pada: a. Kemasan produk; b. Bagian tertentu dari Produk; dan/atau tempat tertentu pada Produk. Pencantuman Label Halal harus mudah dilihat dan dibaca serta tidak mudah dihapus, dilepas, dan dirusak, bunyi Pasal 39 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 itu.

Sertifikat Halal berlaku selama 4 tahun sejak diterbitkan oleh BPJPH, dan wajib diperpanjang oleh Pelaku Usaha dengan mengajukan pembaruan Sertifikat Halal paling lambat 3 (tiga) bulan sebelum masa berlaku Sertifikat Halal berlaku. Maka dari itu, Sertifikat halal yang dikeluarkan oleh MUI berdasarkan Sidang Fatwa telah mendapatkan legitimasi yang kuat.⁶⁸

D. Perlindungan Konsumen dan Labelisasi Halal dalam Perspektif Islam

a. Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Islam

⁶⁸ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Kencana Penada Media Group, 2013, hlm. 114

Perlindungan konsumen merupakan istilah yang dipakai untuk menggambarkan adanya hukum yang memberikan perlindungan kepada konsumen dari kerugian atas penggunaan produk barang dan/atau jasa. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang sangat luas meliputi perlindungan terhadap segala kerugian akibat penggunaan barang dan/atau jasa. Meskipun perlindungan ini diperuntukan bagi konsumen, namun bukan berarti pentingnya pelaku usaha tidak mendapatkan perhatian. Karena bagaimanapun, untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat dan kondusif, keberadaan pelaku usaha sebagai produsen barang dan/atau jasa juga harus mendapatkan mitra konsumen dalam memenuhi kebutuhan sesuai hak dan kewajiban yang timbul dari suatu perikatan.

Untuk mencapai hakekat kemaslahatannya, pemberlakuan segala peraturan ditengan masyarakat harus memiliki dasar hukum yang kuat menurut syari'at. Karenanya, mengetahui pandangan syari'at terhadap upaya perlindungan konsumen merupakan persoalan penting dalam pembahasan ini. Perlindungan perlu diberikan kepada pihak konsumen sebab

secara umum keberadaannya selalu berada pada kedudukan yang lemah.

Pemakaian barang dan/atau jasa mempunyai implikasi yang sangat luas bagi kehidupan masyarakat konsumen. Karenanya bentuk perlindungan yang diberikan harus meliputi segala sesuatu yang memungkinkan konsumen tidak mengalami kerugian. Pengertian dalam hal ini tentu hanya dilihat dari aspek jasmaniyah semata, melainkan juga meliputi aspek ruhaniyah, antara lain :

- 1) Perlindungan konsumen terhadap kemungkinan pemakaian barang dan/atau jasa yang bertentangan dengan prinsip – prinsip syari'ah sehingga haram hukumnya. Kenyataan bahwa tidak semua barang dan/atau jasa dapat dikategorikan sebagai produk yang halal. Karena itu, untuk mengarahkan konsumen kepada produk yang halal dan mencegah pemakaian produk yang haram, diperlukan adanya perlindungan hukum.
- 2) Perlindungan konsumen terhadap kemungkinan diserahkan barang dan/atau jasa melalui proses yang tidak sesuai dengan akad perjanjian.⁶⁹

⁶⁹ Burhanudin, *Op. Cit.*, hlm.

Dalam hal perlindungan konsumen, perlindungan ini diperuntukan bagi konsumen, yang mana konsumen dalam hal ini akan dikususkan sebagai pembeli. Pembeli dalam bab muamalah tidak didefinisikan secara khusus, namun jika ingin mengetahui apa itu definisi jual beli, maka harus mengetahui apa itu jual beli.

Untuk melindungi kepentingan para pihak di dalam lalulintas perdagangan/ berbisnis, hukum Islam menetapkan beberapa asas yang dijadikan sebagai pedoman dalam melakukan transaksi, yaitu at-tauhid, istiklaf, al-ihsan, al-amanah, ash-shiddiq, al-adl, al-khiyar, at-ta'wun, keamanan dan keselamatan, dan at-taradhin. Di dalam UUPK asas perlindungan konsumen diatur pada Pasal 2 yang menyebutkan bahwa “Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum”.

Asas pokok atau pondasi dari seluruh kegiatan bisnis di dalam hukum Islam ditempatkan pada asas tertinggi, yaitu tauhid (mengesakan Allah SWT). Dari asas ini kemudian lahir asas istikhlaf, yang menyatakan bahwa apa yang dimiliki oleh manusia hakekatnya adalah titipan dari Allah SWT, manusia hanyalah sebagai pemegang amanah yang diberikan kepadanya.

Dari asas tauhid juga melahirkan asas al-ihsan (*benevolence*), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain tanpa ada kewajiban tertentu yang mengharuskannya untuk melaksanakan perbuatan tersebut.⁷⁰

Dari ketiga asas di atas melahirkan asas al-amanah, ashshiddiq, al-adl, al-khiyar, at-ta'wun, keamanan dan keselamatan, dan at-taradhin. Menurut asas al-amanah setiap pelaku usaha adalah pengemban amanah untuk masa depan dunia dengan segala isinya (kholifah fi al-ardhi), oleh karena itu apapun yang dilakukannya akan dipertanggung jawabkan di hadapan manusia dan di hadapan sang pencipta (Allah SWT). Ashshiddiq adalah perilaku jujur, yang paling utama di dalam berbisnis adalah kejujuran.⁷¹

Al-adl adalah keadilan, keseimbangan, dan kesetaraan yang menggambarkan dimensi horizontal dan berhubungan dengan harmonisasi segala sesuatu di alam semesta ini. Al khiyar adalah hak untuk memilih dalam transaksi bisnis, hukum Islam menetapkan asas ini untuk menjaga terjadinya perselisihan antara pelaku usaha dengan konsumen. Ta'awun adalah tolong

⁷⁰ Faisal Badroen, *Etika bisnis Dalam Islam*, Jakarta : Kencana, 2007, Hlm. 102-103

⁷¹ Hasan Aedi, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Bandung : Alfabeta, 2011, Hlm. 59

menolong , ta'awun memiliki arti yang sangat penting dalam kehidupan ini karena tidak ada satupun manusia yang tidak membutuhkan bantuan dari orang lain, sehingga tolong menolong antara sesama manusia merupakan keniscayaan, terutama dalam upaya meningkatkan kebaikan dan ketakwaan kepada Allah SWT. Untuk itu, dalam hubungannya dengan transaksi antara konsumen dan produsen asas ini harus dijiwai oleh kedua belah pihak.⁷²

Asas Keamanan dan Keselamatan, dalam hukum Islam ada lima hal yang wajib dijaga dan dipelihara (al-dharuriyyat alkhamshah), yaitu: (1) memelihara agama (hifdh al-din), (2) memelihara jiwa (hifdh al-nafs), (3) memelihara akal (hifdh al-aql), (4) memelihara keturunan (hifdh nasl), dan memelihara harta (hifdh al-maal). Asas at-taradhi (kerelaan). Salah satu syarat sahnya jual beli di dalam Islam adalah aqad atau transaksi. Aqad atau transaksi tidak pernah akan terjadi kecuali dengan shighat (ijab-qabul), yaitu segala hal yang menunjukkan kerelaan atau kesepakatan kedua belah pihak (penjual dan pembeli).

Dari pembahasan di atas dapat diuraikan bahwa asas-asas perlindungan konsumen dalam hukum Islam lebih luas dan

⁷² <http://jurnalnajmu.wordpress.com/2007/11/15/prinsip-prinsip-hukum-islam-dalam-tanggung-jawabpelaku-usaha/> Diakses Tanggal 7 Juli 2017

komprehensif dari pada asas-asas perlindungan konsumen di dalam UUPK, yang mana di dalam hukum Islam tidak hanya mengatur hubungan horizontal yaitu hubungan pelaku usaha dengan konsumen atau pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya (*hablum minannas*), tetapi hukum Islam juga mengatur hubungan manusia secara vertikal (*hablum minallah*) yaitu hubungan antara manusia (pelaku usaha dan konsumen) dengan Allah SWT selaku pemilik alam semesta ini beserta isinya. Sedangkan UUPK hanya mengatur hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen saja sebagaimana diatur pada Pasal 2.⁷³

Tujuan perlindungan konsumen dalam hukum Islam adalah untuk mewujudkan *mashlahah* (kemaslahatan) bagi umat manusia. Sedangkan tujuan perlindungan konsumen di dalam UUPK sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 adalah :

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif, pemakaian barang dan/atau jasa;
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;

⁷³ *Nurhali*, Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan, Edisi No.9, Vol 3, 2015. hlm, 530-542

- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi, serta akses untuk mendapatkan informasi;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/ atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produk barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Jika memperhatikan tujuan perlindungan konsumen yang terdapat pada Pasal 3 UUPK tersebut di atas sesuai dengan hukum Islam dan maqashid al-syari'ah (tujuan disyariatkannya hukum) yaitu untuk kemaslahatan bagi manusia.

Jual beli atau perdagangan dalam istilah fiqh disebut al-bai'I yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti. Kata al-ba'I dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata al-syira'(beli). Dengan demikian, kata al-ba'I berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli.⁷⁴

⁷⁴ Abdul Rahman Ghazali, Ghufroon Ihsan dan Saipudin Shidiq, *Fiqh Muamalat*, Jakarta : Prenadamedia Group, 2010, hlm. 67

Sacara terminologi, terdapat beberapa definisi jual beli yang dikemukakan para ulama fiqh, sekalipun substansi dan tujuan masing-masing definisi sama. Dalam Pengertian jual beli menurut istilah fuqaha², terdapat beberapa pendapat di kalangan para Imam madzhab, yakni:

- 1) Madzhab Hanafi Menurut madzhab Hanafi, jual beli mengandung dua makna, yakni:
 - a) Makna khusus, yaitu menukarkan barang dengan dua mata uang, yakni emas dan perak dan yang sejenisnya. Kapan saja lafal diucapkan, tentu kembali kepada arti ini.
 - b) Makna umum, yaitu ada dua belas macam, diantaranya adalah makna khusus ini.
- 2) Madzhab Maliki Menurut Madzhab Maliki, jual beli atau bai³ menurut istilah ada dua pengertian, yakni:
 - a) Definisi untuk seluruh satuannya bai³ (jual beli), yang mencakup akad sharf, salam (jual beli dengan cara titip) dan lain sebagainya.
 - b) Definisi untuk satu satuan dari beberapa satuan yaitu sesuatu yang dipahamkan dari lafal bai³ secara mutlak menurut ⁴urf (adat kebiasaan).

- 3) Madzhab Syafi'i Ulama madzhab Syafi'i mendefinisikan bahwa jual beli menurut syara' ialah akad penukaran harta dengan harta dengan cara tertentu.
- 4) Madzhab Hambali Menurut ulama Hambali jual beli menurut syara' ialah menukarkan harta dengan harta atau menukarkan manfaat yang mubah dengan suatu manfaat yang mubah pula untuk selamanya. Dari beberapa argumen tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah suatu persetujuan dimana pihak yang satu mengikat diri untuk menyerahkan barang dan pihak yang lain mengikat diri untuk membayar harganya.⁷⁵

Jual beli merupakan akad yang dibolehkan berdasarkan Al-Qur'an, Sunnah dan ijma' para ulama. Dilihat dari aspek hukum, jual beli hukumnya mudah kecuali jual beli yang dilarang oleh syara', adapun dasar hukum dari Al-Qura'an antara lain :

- 1) Al- Baqarah (2) ayat 275 :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

⁷⁵ Al-Jaziri, abdur-rahman, *Fiqh Empat Madzab*, Jakarta : Darul Ulum, 2001, hlm.312

“... Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”

2) Al-Baqarah (2) ayat 198 :

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ ۚ

“Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu.”

3) An-Nisa (4) ayat 29 :

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

“...Kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu...”

Hikmah disyariatkannya jual beli ini tujuannya untuk memberikan keleluasaan kepada manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Karena kebutuhan manusia berhubungan dengan apa yang ada ditangan sesamanya. Semua itu tidak akan terpenuhi tanpa adanya saling tukar menukar.⁷⁶

Rukun jual beli menurut Hanafiah adalah ijab dan qabul yang menunjukkan sikap saling tukar menukar, atau saling memberi. Atau dengan redaksi lain, ijab qabul adalah perbuatan yang menunjukkan kesediaan dua pihak untuk menyerahkan milik masing-masing kepada pihak lain, dengan

⁷⁶ Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2015, hlm. 16

menggunakan perkataan atau perbuatan.⁷⁷ Rukun jual beli ada empat, yaitu :

- 1) Akad (ijab qobul), pengertian akad menurut bahasa adalah ikatan yang ada diantara ujung suatu barang. Sedangkan menurut istilah ahli fiqh ijab qabul menurut cara yang disyariatkan sehingga tampak akibatnya. Menurut Prof. Dr. Syamsul Anwar mengatakan, akad adalah pertemuan ijab dan kabul sebagai pernyataan kehendak dua pihak atau lebih untuk melahirkan suatu akibat hukum pada obyaknya.⁷⁸ Akad ialah ikatan kata antara penjual dan pembeli. Jual beli belum dikatakan sah sebelum ijab dan qobul dilakukan sebab ijab qabul menunjukkan kerelaan (keridhaan). Ijab qabul boleh dilakukan dengan lisan atau tulis. Ijab qabul dalam bentuk perkataan atau dalam bentuk perbuatan yaitu saling memberi (penyerahan barang dan penerimaan uang). Pada dasarnya akad bapat dilakukan dengan lisan langsung tetapi bila orang bisu maka ijab qobul tersebut dapat dilakukan dengan surat menyurat yang pada intinya mengandung ijab qobul.

⁷⁷ Ahmad Wardi, *Fiqh Muamalat*, Jakarta : Sinar Grafita Offset, 2010, hlm , 180.

⁷⁸ Anwar, Syamsul. *Hukum Perjanjian Syariah Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007, hlm. 67

- 2) Kedua, orang yang berakad (subjek) dua pihak terdiri dari bai'(penjual) dan mustari (pembeli). Disebut juga aqid, yaitu orang yang melakukan akad dalam jual beli, dalam jual beli tidak mungkin terjadi tanpa adanya orang yang melakukannya, dan orang yang melakukan harus:
- a) Beragama Islam, syarat orang yang melakukan jual beli adalah orang Islam, dan ini disyaratkan bagi pembeli saja dalam benda-benda tertentu. Misalnya, seseorang dilarang menjual hamba sahaya yang beragama islam sebab besar kemungkinan pembeli tersebut akan merendahkan abid yang beragama islam. Sedangkan Allah melarang orang-orang mukmin memberi jalan kepada orang kafir untuk merendahkan mukmin,
 - b) Berakal, yang dimaksud dengan orang yang berakal disini adalah orang yang dapat membedakan atau memilih mana yang terbaik baginya. Maka orang gila atau bodoh tidak sah jual belinya, sekalipun miliknya sendiri.

- c) Dengan kehendaknya sendiri, yang dimaksud dengan kehendaknya sendiri yaitu bahwa dalam melakukan perbuatan jual beli tidak dipaksa.
 - d) Baligh, baligh atau telah dewasa dalam hukum Islam batasan menjadi seorang dewasa bagi laki-laki adalah apabila sudah bermimpi atau berumur 15 tahun dan bagi perempuan adalah sesudah haid.
 - e) Keduanya tidak mubazir, yang dimaksud dengan keduanya tidak mubazir yaitu para pihak yang mengikatkan diri dalam perjanjian jual beli tersebut bukanlah manusia yang boros (mubazir). Sebagaimana disebutkan dalam al-Qur'an surat an-Nisa' ayat 5 tersebut di atas.
- 3) Ma'kud 'alaih (objek) untuk menjadi sahnya jual beli harus ada ma'qud alaih yaitu barang menjadi objek jual beli atau yang menjadi sebab terjadinya perjanjian jual beli`
- 4) Ada nilai tukar pengganti barang, nilai tukar pengganti barang, yaitu sesuatu yang memenuhi tiga syarat; bisa menyimpan nilai (store of value), bisa menilai atau

menghargakan suatu barang (unit of account) dan bisa dijadikan alat tukar (medium of exchange).⁷⁹

Didalam jual beli ada dua yang memegang peranan sangat penting yaitu penjual dan pembeli. Antara penjual dan pembeli mempunyai hak dan kewajibannya masing-masing. Kedua belah pihak haruslah melaksanakan apa yang menjadi hak dan kewajiban masing-masing, diantaranya: pihak penjual menyerahkan barangnya sedangkan pihak pembeli menyerahkan uangnya sebagai pembayaran. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah hendaklah dilakukan penulisan dari transaksi tersebut. Adapun hak penjual adalah menerima pembayaran sesuai barang yang telah disepakati sedangkan kewajiban penjual adalah menyerahkan barang yang di jual setelah menerima pembayaran dan menerangkan keadaan barang dengan sebenar-benarnya sebelum terjadinya akad. Adapun hak-hak pembeli yaitu :

- 1) Hak untuk mendapatkan barang setelah dia membayar sesuai harga yang telah disepakati.
- 2) Hak untuk memilih (khiyar)

Setelah terjadinya transaksi jual beli, maka pembeli akan mengkonsumsi/ menggunakan barang yang telah di

⁷⁹ Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Edisi No. 2 Vol. 3, Shobirin, 2015, hlm. 251.

belinya tersebut. Disini konsumen akan menyadari apakah barang tersebut memberikan manfaat atau tidak setelah mengkonsumsinya. Ada kalanya barang tersebut memberi bahaya kepada konsumen karna barang tersebut tidak layak untuk dikonsumsi atau barang tersebut telah rusak, sehingga barang tersebut tidak layak dikonsumsi. Melihat kenyataan tersebut maka perlu adanya perlindungan terhadap konsumen. Terutama terhadap kesehatan dan keselamatan jiwa konsumen. Dalam ajaran islam ada konsep kemslahatan yang berkaitan dengan perlindungan jiwa yaitu memelihara jiwa dalam peringkat dharuriyat seperti memenuhi kebutuhan pokok berupa makanan atau mempertahankan hidup. Kalau kebutuhan pokok ini diabaikan maka akan berakibat terancamnya eksistensi manusia. Kepentingan konsumen tidak boleh tidak boleh diabaikan begitu saja, akan tetapi harus diperhatikan. Hal tersebut agar kepentingan konsumen dapat terlindungi dengan baik.

b. Labelisasi Halal dalam Perspektif Islam

Di zaman yang modern sekarang ini, usaha dibidang produksi telah mengalami peningkatan yang sangat signifikan seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Peningkatan produksi itu selain memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengkonsumsinya, ternyata juga menimbulkan kekhawatiran baru terkait kualitas produk jika ditinjau dari aspek kehalalannya. Upaya memberikan jaminan kehalalan suatu produk kepada masyarakat merupakan bagian penting dari hukum perlindungan konsumen. Untuk mewujudkan upaya tersebut, tentu diperlukan adanya konsep yang dapat digunakan untuk menentukan halal-haram. Dalam perspektif Islam, ketentuan halal dan haram adalah hak Allah yang diwujudkan melalui pengalaman syariat-Nya (Al-Qur'an dan Sunnah). Karena itu mengetahui halal dan haram menurut syariat-Nya merupakan keniscayaan dalam perlindungan konsumen. Pada prinsipnya semua bahan makanan dan minuman adalah halal, kecuali yang nyata-nyata diharamkan oleh Allah dan Rasul. Bahan yang diharamkan Allah adalah bangkai, darah, babi dan hewan yang disembelih dengan nama selain Allah. Bahan-bahan yang termasuk kedalam kategori halal seperti diuraikan diatas, setelah diolah secara baik sesuai ketentuan, produknya dapat diajukan untuk mendapat sertifikat halal pada produk pangan, obat-obat dan kosmetika adalah untuk memberikan kepastian kehalalan

suatu produk, sehingga dapat menentramkan batin yang mengkonsumsinya.⁸⁰

Dasar hukum diberlakukannya sertifikasi halal adalah hanya bersumber dari ketentuan syariat (al-hukm asy-syar'i). Untuk menjamin pemberlakuan ketentuan syariah ini terkait hukum halal haram, diperlukan regulasi yang bersifat procedural (al hukm al-ijrai'). Adapun dasar hukum berlakunya label halal adalah sebagai berikut :⁸¹

1) QS. An-Nahl (16) ayat : 114 :

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ
اللَّهِ إِنَّ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.

2) QS. Al-Baqarah(2):172 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ
وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِنَّ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.

⁸⁰ Burhanudin, *Op. Cit.*, hlm. 140.

⁸¹ *Ibid*, hlm. 142.

3) QS. Yunus (10) ayat 59:

قُلْ أَرَأَيْتُمْ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ لَكُمْ مِنْ رِزْقٍ فَجَعَلْتُمْ مِنْهُ حَرَامًا وَحَلَالًا قُلْ اللَّهُ أَذِنَ لَكُمْ ۖ أَمْ عَلَى اللَّهِ تَفْتَرُونَ

Katakanlah: "Terangkanlah kepadaku tentang rezeki yang diturunkan Allah kepadamu, lalu kamu jadikan sebagiannya haram dan (sebagiannya) halal". Katakanlah: "Apakah Allah telah memberikan izin kepadamu (tentang ini) atau kamu mengada-adakan saja terhadap Allah?"

4) QS. An-Nahl (16) ayat 116 :

وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتُكُمُ الْكَذِبَ هَذَا حَلَالٌ وَهَذَا حَرَامٌ لِتَفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ ۚ إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ لَا يُفْلِحُونَ

Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara dusta "ini halal dan ini haram", untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah tiadalah beruntung.

Ayat-ayat tersebut merupakan alasan yang menjadi dasar berlakunya sertifikasi halal terhadap produk-produk yang akan dikeluarkan kepada konsumen.

BAB III

**TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP
PEMALSUAN LABEL HALAL PADA MAKANAN IMPOR YANG
BEREDAR DI INDONESIA**

**A. Keterangan Label Halal pada Makanan Impor Sebagai Wujud Hak
Atas Hak Informasi Bagi Konsumen Muslim di Indonesia**

Peraturan mengenai label pada suatu pangan telah tersebar dalam berbagai macam peraturan perundang-undangan, khususnya untuk label halal pada produk makanan, diantara yaitu : Undang-Undang No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang No. 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan, PP No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan, KepMen RI No. 924/Menkes/SK/VII/1996 tentang Perubahan atas Keputusan Menteri Kesehatan No. 82 Menkes/SK/I/1996 tentang pencantuman Tulisan Halal pada Label Makanan, tentang Pelaksanaan Pencantuman Label Halal pada Makanan, Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, maka produsen dan importir pangan berkewajiban untuk memberikan keterangan dan atau pernyataan yang benar dan tidak menyesatkan tentang pangan dalam label. Akan tetapi jika diperhatikan label pangan yang beredar saat ini terdapat beragam

informasi di dalamnya, mulai dari nama produk tersebut hingga kata kata/kalimat bombastis yang biasanya hanya untuk kepentingan promosi semata.

Dalam ketentuan pasal 10 ayat (1) PP No 69 tahun 1999 dinyatakan bahwa “Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada Label”.⁸²

Berdasarkan uraian tersebut, dapatlah sebutkan bahwa konsekuensi dari pencantuman suatu keterangan yang tertera dalam label kemasan akan membawa konsekuensi hukum berupa kewajiban untuk melengkapi pernyataan tersebut dengan fakta-fakta ilmiah yang dapat dipertanggung jawabkan, termasuk pula halnya dengan pencantuman label halal yang tercantum dalam kemasan yang juga membawa konsekuensi penjaminan dan pertanggung jawaban atas kebenaran informasi tersebut sebagaimana yang diamanatkan dalam ketentuan pasal 10 ayat (1).

Berdasarkan bunyi ketentuan pasal 10 ayat (1) maka suatu konsekuensi hukum bagi pelaku usaha yang mencantumkan label halal dalam produk yang dijualnya untuk melengkapi dan mempertanggung jawabkan kebenaran dari apa yang tertera dalam label tersebut, sehingga

⁸² Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan, pasal 10 angka 1

apabila kemudian pihak pelaku usaha tidak dapat membuktikan kebenaran atas apa yang dicantumkan dalam label tersebut maka ia dapat dinyatakan telah melanggar ketentuan yang terdapat dalam pasal 8-17 Undang-Undang

Perlindungan Konsumen dalam ketentuan hukum positif di Indonesia yang mengatur tentang halal pada dasarnya ketentuan perundang-undangan yang pertama kali menyebutkan tentang pencantuman label halal secara eksplisit disebutkan dalam Undang-Undang Pangan, yakni dalam Pasal 30.

Berdasarkan bunyi Pasal 30 ayat (2) butir e, menyebutkan ketentuan tentang dimuatnya “keterangan tentang halal” dalam label produk yang dijual di wilayah Indonesia. Dalam penjelasan Pasal 30 ayat (2) butir e disebutkan bahwa : Keterangan halal untuk suatu produk pangan sangat penting bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam.

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal 27 ayat 2 telah mengatur secara jelas bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.⁸³ Jadi memang pada dasarnya, jika produk yang dijual tersebut adalah halal, maka wajib bersertifikat halal. Dan bagi Pelaku usaha yang memproduksi produk dari bahan yang berasal dari bahan yang

⁸³ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, pasal 27 angka 2

diharamkan dikecualikan dari mengajukan permohonan sertifikat halal. Pelaku usaha tersebut wajib mencantumkan keterangan tidak halal pada produk.⁸⁴

Ada beberapa kewajiban bagi pelaku usaha yang mengajukan permohonan sertifikat halal dan setelah memperoleh sertifikat tersebut. Berdasarkan Pasal 24 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pelaku usaha yang mengajukan permohonan sertifikat halal wajib :

- a. memberikan informasi secara benar, jelas, dan jujur;
- b. memisahkan lokasi, tempat dan alat penyembelihan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian antara Produk Halal dan tidak halal;
- c. memiliki Penyelia Halal; dan
- d. melaporkan perubahan komposisi Bahan kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (“BPJPH”).⁸⁵

Berdasarkan pasal 24 huruf a Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal diatas, hubungannya dengan masalah label, khususnya label halal maka masyarakat perlu memperoleh informasi yang benar, jelas, dan lengkap, baik mengenai label halal yang beredar di pasaran. Informasi barang dan/atau jasa merupakan kebutuhan

⁸⁴ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, pasal 26

⁸⁵ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, pasal 24

yang sangat penting sebelum konsumen melakukan transaksi jual beli atas apa yang ingin konsumen lakukan mengenai barang dan/atau jasa tersebut. Informasi merupakan salah satu hak yang dimiliki oleh konsumen sebagai mana yang diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang antara lain:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi 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 mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁸⁶

Analisis hak-hak konsumen menurut Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen khususnya yang berkaitan dengan hak atas informasi adalah pada huruf c. yaitu : Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.⁸⁷

Hukum perlindungan konsumen memberikan hak konsumen atas informasi yang benar, yang didalamnya mencakup juga hak atas informasi yang proposional dan diberikan secara tidak diskriminatif. Hak atas informasi ini meliputi hak untuk memperoleh fakta yang diperlukan untuk menentukan pilihan atas produk atau jasa dan hak untuk dilindungi terhadap periklanan yang tidak jujur dan menyesatkan.

Hak konsumen seperti ini merupakan aspek penting dari kepentingan konsumen, yang meliputi pengamanan, melindungi dan melaksanakan hak konsumen, dalam transaksi didalam pasar untuk

⁸⁶ Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 4

⁸⁷ Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 4 angka 3

memastikan konsumen menerima kualitas barang atau jasa yang diharapkan pada harga yang sesuai. Hal ini tentunya terkait dengan arti dari “perlindungan konsumen” itu sendiri, yang dalam pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen didefinisikan sebagai berikut : “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.⁸⁸

Dalam kaitannya dengan hak konsumen atas informasi yang jujur dan benar sebagaimana terdapat pada pasal 4 huruf c Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka perlindungan salah satunya bertujuan menciptakan system perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

Dengan demikian memberikan informasi yang benar mengenai produk akan membantu konsumen menentukan pilihannya secara benar dan bertanggung jawab dalam memenuhi kebutuhannya.

Pada dasarnya informasi adalah data yang penting yang memberikan pengetahuan yang berguna. Apakah suatu informasi itu berguna atau tidak tergantung kepada :

⁸⁸ Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 1 angka 1

- a. Tujuan Si Penerima : Apabila informasi itu tujuannya untuk member bantuan, maka informasi itu harus membantu si penerima dalam apa yang ia usahakan untuk memperolehnya.
- b. Ketelitian penyampaian dan pengolahan data : Dalam menyampaikan dan mengolah data, inti pentingnya informasi harus dipertahankan. Jadi dengan informasi orang akan memperoleh keterangan yang jelas mengenai sesuatu hal.

Bagi konsumen, informasi tentang barang dan/atau jasa merupakan kebutuhan pokok, sebelum ia menggunakan sumber dananya (gaji, upah, honor atau apa pun nama lainnya) untuk mengadakan transaksi konsumen tentang barang/jasa tersebut.

Menurut sumbernya, informasi barang dan/atau jasa tersebut dapat dibedakan menjadi tiga. *Pertama*, informasi dari kalangan Pemerintah dapat diserap dari berbagai penjelasan, siaran, keterangan, penyusun peraturan perundang-undangan secara umum atau dalam rangka deregulasi, dan/atau tindakan Pemerintah pada umumnya atau tentang sesuatu produk konsumen. Dari sudut penyusunan peraturan perundang-undangan terlihat informasi itu termuat sebagai suatu keharusan.

Beberapa di antaranya, ditetapkan harus dibuat, baik secara dicantumkan pada maupun dimuat di dalam wadah atau

pembungkusnya (antara lain label dari produk makanan dalam kemasan sebagaimana diatur dalam PP No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan). Sedang untuk produk hasil industry lainnya, informasi tentang produk itu terdapat dalam bentuk standar yang ditetapkan oleh Pemerintah, standar internasional, atau standar lain yang ditetapkan oleh pihak yang berwenang. *Kedua*, informasi dari konsumen atau organisasi konsumen tampak pada pembicaraan dari mulut ke mulut tentang suatu produk konsumen, surat-surat pembaca pada media massa, berbagai siaran kelompok tertentu, tanggapan atau protes organisasi konsumen menyangkut sesuatu produk konsumen. Siaran pers organisasi konsumen, seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) tentang hasil-hasil penelitian dan/atau riset produk konsumen tertentu, dapat ditemukan pada harian-harian umum, majalah dan/atau berita resmi YLKI, yaitu warta konsumen. *Ketiga*, informasi dari kalangan pelaku usaha (penyedia dana, produsen, importir, atau lain-lain pihak yang berkepentingan), diketahui sumber-sumber informasi itu umumnya terdiri dari berbagai bentuk iklan baik melalui media nonelektronik atau elektronik, label termasuk pembuatan berbagai selebaran, seperti brosur, pamflet, catalog, dan lain-lain sejenis itu. Bahan-bahan informasi ini pada umumnya disediakan atau dibuat oleh kalangan usaha dengan tujuan

memperkenalkan produknya, mempertahankan, dan/atau meningkatkan pangsa pasar produk yang telah dan/atau ingin lebih lanjut diraih. Diantara berbagai informasi tentang barang atau jasa konsumen yang diperlukan konsumen, tampaknya yang paling berpengaruh pada saat ini adalah informasi yang bersumber dari kalangan pelaku usaha. Terutama dalam bentuk iklan dan label, tanpa mengurangi pengaruh dari berbagai bentuk informasi pengusaha lainnya. Adapun label merupakan informasi yang diwajibkan oleh peraturan perundang-undangan sebagaimana diatur dalam PP No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Permendag No.22/M-DAG/PER/5/2010 tentang Kewajiban Pencantuman Label pada Barang. Informasi dapat memberikan dampak signifikan untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih produk serta meningkatkan kesetiaannya terhadap produk tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang memenuhi kebutuhannya. Diperlukan representasi yang benar terhadap suatu produk, karena salah satu penyebab terjadinya kerugian terhadap konsumen adalah terjadinya misrepresentasi terhadap produk tertentu. Kerugian yang dialami oleh konsumen di Indonesia dalam kaitannya dengan misrepresentation banyak sekali disebabkan karena tergiur oleh iklan-iklan atau brosur-brosur produk tertentu, sedangkan iklan

atau brosur tersebut tidak selamanya memuat informasi yang benar karena pada umumnya hanya menonjolkan kelebihan produk yang dipromosikan, sebaliknya kelemahan produk tersebut ditutupi.⁸⁹

Bagi pelaku usaha yang mengedarkan makanan impor tidak boleh melalaikan kewajibannya untuk mencantumkan label halal pada produk makanan impor nya jika menyatakan bahwa makanan impor tersebut halal .

Berdasarkan bunyi pernyataan tersebut maka adalah suatu konsekuensi hukum bagi pelaku usaha yang mencantumkan label halal dalam produk yang dijualnya untuk melengkapi dan mempertanggung jawabkan kebenaran dari apa yang tertera dalam label tersebut. Sehingga apabila kemudian pihak pelaku usaha tidak dapat membuktikan kebenaran atas apa yang dicantumkan dalam label tersebut yaitu suatu produk makanan dilabeli halal namun ternyata bahwa produk makanan tersebut tidak melalui proses ataupun bahan yang halal maka ia dapat dinyatakan telah melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan yang terdapat dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang

⁸⁹ <http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-label-produk-pangan.html> diakses pada 11 Juli 2017

Label dan Iklan Pangan dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

B. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Apabila Terjadi Pelanggaran Label Halal Pada Makanan Impor yang Beredar di Indonesia.

Sesuai dengan tahapan pembangunan nasional, terdapat berbagai kemajuan dalam bidang teknologi, industri, dan perdagangan. Sementara dibalik itu, kedudukan konsumen masih sangat lemah. Pembangunan yang dilakukan membawa pula akibat sampingan yang semakin kompleks yang memerlukan penanganan serius, khususnya masalah perlindungan konsumen. Kebutuhan hukum dan perkembangan kesadaran hukum dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara senantiasa berkembang dinamis sejalan dengan perkembangan pembangunan bangsa di segala bidang. Oleh karena itu, pembinaan hukum harus mampu mengarahkan dan menampung kebutuhan-kebutuhan hukum sesuai dengan tingkat kemajuan pembangunan di segala bidang, sehingga tercapai ketertiban, keadilan, dan kepastian hukum yang mengarah kepada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Hukum senantiasa berkembang dinamis. Bahwa hukum yang baik adalah hukum yang sesuai dengan hukum hidup (*the living law*) dalam masyarakat, tentu sesuai pula atau merupakan pencerminan dari

nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat yang bertujuan untuk menjadi dasar dan memelihara ketertiban, keadilan, dan kesejahteraan masyarakat. Hukum juga berfungsi mengabdikan kepada masyarakat, dalam hal ini mengatur tata tertib masyarakat, menjaga agar perilaku masyarakat sesuai dengan peraturan hukum, sehingga kepentingan-kepentingan masyarakat dilindungi hukum. Jika perkembangan kepentingan masyarakat bertambah, maka harus diikuti pula dengan perkembangan hukum, sehingga kebutuhan akan hukum dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara sejalan dengan perkembangan pembangunan.

Terlebih lagi dalam era globalisasi, maka hukum harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian pada konsumen. Kerugian-kerugian yang didapati konsumen merupakan akibat kurangnya tanggung jawab Pelaku usaha terhadap konsumen.

Pertanggungjawaban yang diberikan oleh pelaku usaha terhadap produk-produk yang dihasilkan harus sesuai dengan prinsip

tanggungjawab produk yang dikenal dalam dunia hukum, khususnya bisnis, yaitu sebagai berikut :

- a. Prinsip tanggungjawab berdasarkan unsur kesalahan.
- b. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab.
- c. Prinsip praduga untuk selalu tidak bertanggung jawab.
- d. Prinsip tanggung jawab mutlak.

Pada tahun 1992 pemerintah membentuk Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 Tentang Kesehatan, pada tahun 1996 pemerintah membentuk Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 Tentang Pangan, dan pada Tahun 1999 pemerintah membentuk Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sehingga dapat mengantisipasi terhadap adanya kerugian yang dapat diderita oleh konsumen. Pangan dalam undang-undang ini didefinisikan sebagai “segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang peruntukannya sebagai makanan dan minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, atau pembuatan makanan dan minuman”. Jadi, pangan yang diatur dalam undang-undang ini mencakup makanan dan minuman yang dikonsumsi manusia.

Menurut penjelasan Undang-Undang Pangan, hal-hal pokok yang diatur didalam undang-undang ini adalah :

- a. persyaratan teknis tentang pangan yang meliputi ketentuan keamanan pangan, ketentuan gizi dan mutu pangan, serta ketentuan label dan iklan pangan, sebagai suatu sistem standarisasi pangan yang bersifat menyeluruh;
- b. tanggung jawab setiap orang yang memproduksi, menyimpan, mengangkut dan/atau mengedarkan pangan. serta sanksi hukum yang sesuai agar mendorong pemenuhan atas ketentuan-ketentuan yang ditetapkan;
- c. peranan pemerintah dan masyarakat dalam mewujudkan tingkat kecukupan pangan di dalam negeri dan penganekaragaman pangan yang dikonsumsi secara tidak bertentangan dengan keyakinan masyarakat; dan
- d. tugas pemerintah untuk membina serta mengembangkan industri pangan nasional, terutama dalam upaya peningkatan citra pangan nasional dan ekspor

Undang-Undang Pangan telah mengubah sistem tanggung jawab perdata dan prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan dan ganti rugi tanpa batas (sepanjang kerugian tersebut dapat dibuktikan oleh pihak yang dirugikan) sebagaimana diatur dalam Pasal 1365

KUH Perdata ke prinsip "tanggung jawab mudak (strict liability) yang disertai dengan pembatasan minimal pemberian ganti rugi (limitation of liability) paling tinggi Rp 500 juta perorang yang dirugikan kesehatannya atau kematian yang ditimbulkan. System tanggung jawab mutlak dang anti rugi yang terbatas ini dapat dilihat dalam Pasal 41 Undang-Undang Pangan.

Pelaku usaha sebagai penghasil produk harus menjamin bahwa produk yang dihasilkan cukup aman untuk dikonsumsi dan berkualitas. Oleh karena itu, apabila dilain hari muncul keluhan atas kerusakan produk dan mengakibatkan kerugian pada konsumen, maka pelaku usaha harus bertanggung jawab penuh atas beban kerugian yang diderita oleh konsumen.

Kewajiban pelaku usaha untuk senantiasa beritikad baik dalam melakukan kegiatannya (pasal 7 angka 1) berarti bahwa pelaku usaha ikut bertanggungjawab untuk menciptakan iklim yang sehat dalam berusaha demi menunjang pembangunan nasional. Jelas ini adalah tanggung jawab publik yang diemban oleh seorang pelaku usaha. Banyak ketentuan di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini yang bermaksud mengarahkan pelaku usaha untuk berperilaku sedemikian rupa dalam rangka menyukseskan pembangunan ekonomi nasional, khususnya di bidang usaha. Atas setiap pelanggaran yang

dilakukan oleh pelaku usaha maka kepadanya dikenakan sanksi sebagai akibat hukum dari pelanggaran tersebut. Pemberian sanksi sebagai akibat hukum pelanggaran ini penting, mengingat bahwa menciptakan iklim berusaha yang sehat membutuhkan keseriusan dan ketegasan. Untuk ini sanksi merupakan salah satu alat untuk mengembalikan keadaan pada keadaan semula manakala telah terjadi pelanggaran (rehabilitasi) sekaligus sebagai alat preventif bagi pengusaha lainnya sehingga tidak terulang lagi perbuatan yang sama.

Terkait dengan pelanggaran pada label produk pangan yang dilakukan pelaku usaha, terdapat sanksi sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, UU Pangan maupun PP No. 69 Tahun 1999. Sanksi ini dapat berupa sanksi perdata, pidana maupun administratif. Bagi pelaku usaha, selain dibebani kewajiban sebagaimana telah diuraikan dalam bab sebelumnya ternyata juga dikenakan larangan-larangan sebagaimana diatur dalam Pasal 8 sampai dengan 17 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur larangan bagi pelaku usaha yang sifatnya umum dan secara garis besar dapat dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu :

- a. Larangan mengenai produk itu sendiri, yang tidak memenuhi syarat dan standar yang layak untuk dipergunakan atau dipakai atau dimanfaatkan oleh konsumen.
- b. Larangan mengenai ketersediaan informasi yang tidak benar, tidak akurat, dan yang menyesatkan konsumen.

Pada nomor dua diatas, termasuk dalam pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha dalam hal pelabelan. Yaitu label halal pada makanan impor yang diedarkan informasinya tidak benar, tidak akurat, dan yang menyesatkan konsumen.

Pelaku usaha harus memperhatikan mengenai tanggung jawab produk (*product liability*) yang dibebankan kepada mereka. Supaya agar ada sikap kehatia-hatian dari pelaku usaha dalam menjalankan usahanya.

Munculnya istilah tanggung gugat produk di Indonesia sebetulnya merupakan istilah baru yang belum memasyarakat. Umumnya dikenal dengan istilah tanggung jawab produk (*product liability*). Dan istilah tersebut mempunyai istilah yang hamper sama. Tanggung gugat produk muncul karena adanya tuntutan konsumen/pemakai produk yang mereka peroleh dari produsen, dalam arti apakah dari produsen (pabrik/langsung), atau melalui mata rantai, distributor/subdistributor, agen/grosir dan took/retail yang jelas barang

tersebut merupakan produknya. Jika produk yang dihasilkan tersebut merugikan konsumen secara sengaja atau tidak, maka produsen harus bertanggung jawab. Istilah *product liability* diterjemahkan secara bervariasi ke dalam bahasa Indonesia seperti “ tanggung gugat produk “ atau juga “ tanggung jawab produk “. Secara historis *product liability* lahir karena ada ketidak seimbangan tanggung jawab antara produsen dan konsumen, dimana produsen yang pada awalnya menerapkan strategi *product oriented* dalam pemasaran produknya, harus mengubah strateginya menjadi *consumer oriented*.

Istilah *product liability* (tanggung jawab produk) baru dikenal sekitar 60 tahun yang lalu dalam dunia perasuransian di Amerika Serikat, sehubungan dengan dimulainya produksi bahan makanan secara besar-besaran. Baik kalangan produsen (*producer and manufacture*) maupun penjual (*seller/distributor*) mengasuransikan barangnya terhadap kemungkinan adanya risiko akibat produk-produk yang cacat atau menimbulkan kerugian terhadap konsumen.

Tanggung jawab produk (*product liability*) diartikan sebagai tanggung jawab atas kerugian yang diakibatkan oleh pemakaian atau penggunaan satu produk atau yang berkaitan dengan barang-barang konsumsi. Termasuk dalam pengertian produk tersebut tidak semata-

mata suatu produk yang sudah jadi secara keseluruhan, tetapi juga termasuk komponen suku cadang.

Pengertian *product liability* dapat ditemukan pada beberapa sumber berikut :

Menurut Hursh: *product liability is the liability of manufacturer, processor or non-manufacturing seller for injury to the person or property of a buyer or third party, caused by product which has been sold.*

Perkins Coie menyatakan: *Product Liability: The liability of the manufacturer or others in the chain of distribution of a product to a person injured by the use of product.*

Sedangkan dalam *Convention on the Law Applicable to Products Liability (The Hague Convention)*, article 3 menyatakan:

This convention shall apply to the liability of the following persons:

- 1) manufacturers of a finished product or of a component part;*
- 2) producers of a natural product;*
- 3) suppliers of a product;*
- 4) other persons, including repairers, and warehousemen, in the commercial chain of preparation or distribution of a product.*

*It shall also apply to the liability oh the agents or employees of the persons specified above.*⁹⁰

Henry Campbell dalam Black's Law Dictionary mendefinisikan **product liability** sebagai berikut : *Refers to the legal liability of manufacturers and sellers to compensate buyers, users, and even bystanders, for damages or injuries suffered because of defect in good purchase.*

Menurut Natalie O'Connor : *Product Liability, These were designed to protect the consumer from faulty or defective goods by imposing strict liability upon manufacturers.*⁹¹

Dengan demikian, yang dimaksud dengan *product Liability* adalah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan yang menghasilkan suatu produk (*producer, manufacture*) atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk (*processor, assembler*) atau orang atau badan yang menjual atau mendistribusikan produk tersebut. Bahkan dilihat dari konvensi tentang *product liability* di atas, berlakunya konvensi tersebut diperluas terhadap orang/badan yang terlibat dalam rangkaian komersial tentang persiapan atau penyebaran dari produk,

⁹⁰ Adrian Sutedi, Op. Cit, hlm. 65

⁹¹ Adrian Sutedi, Op. Cit, hlm. 66

termasuk para pengusaha bengkel dan pergudangan. Demikian juga dengan para agen dan pekerja dari badan-badan usaha di atas.

Tanggung jawab tersebut sehubungan dengan produk yang cacat sehingga menyebabkan atau turut menyebabkan kerugian bagi pihak lain (konsumen), baik kerugian badaniah, kematian maupun harta benda.

Didalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dasar hukum konsumen mempertahankan hak-haknya dengan menuntut ganti kerugian dapat dilihat pada pasal 4 dan 5 mengenai hak dan kewajiban konsumen, kemudian pasal 6,7,8,9,10,11,12 dan 13 mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha serta perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha.

Kemudian pasal khusus mengenai tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen diatur pada pasal 19,21, 23,24,25,26,27 dan 28.

Pada Pasal 19 Ayat (1) dan Ayat (5) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen berbunyi: “(1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Berdasarkan isi dari Pasal 19 ayat (1) tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi:

- a. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
- b. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran;
- c. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

Tanggung jawab pelaku usaha apabila terjadi kerugian terhadap produk pangan yang dipasarkan bagi konsumen adalah bertanggung jawab mutlak atas kerugian yang diderita konsumen, baik berupa gangguan kesehatan atau kematian yang disebabkan karena mengkonsumsi produk makanan maupun minuman yang beracun atau berbahaya disebabkan kurangnya informasi yang jelas mengenai pangan yang diedarkan tersebut.

Pelaku usaha yang diharuskan bertanggung jawab atas hasil usahanya adalah pelaku usaha yang melakukan kegiatan-kegiatan berikut :

- a. Menghasilkan produk akhir, termasuk memproduksi bahan mentah atau komponen;
- b. Mencantumkan nama, merek, atau tanda lain pada produk dengan tidak menunjukkan pihaknya sebagai pelaku usaha;
- c. Mengimpor barang ke wilayah Republik Indonesia;

- d. Menyalurkan barang yang tidak jelas identitas pelaku usahanya, baik produk dalam negeri maupun importir yang tidak jelas identitasnya;
- e. Menjual jasa seperti mengembangkan perumahan atau membangun apartemen;
- f. Menjual jasa dengan menyewakan alat transportasi atau alat berat.

Selanjutnya ayat (5) menentukan bahwa Ketentuan sebagaimana di maksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen”. Lebih lanjut dalam Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menentukan bahwa : “Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana di maksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha”. Apabila dikaji secara mendalam maka Pasal 19 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mengandung makna bahwa pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti kerugian kepada konsumen apabila konsumen mengalami kerugian, kerusakan, dan/atau pencemaran sebagai akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan oleh pelaku usaha.

Membebankan tanggung jawab untuk memberikan ganti kerugian secara langsung kepada pelaku usaha, sekalipun tidak terdapat hubungan kontraktual antara pelaku usaha dengan konsumen, merupakan salah satu indikasi penggunaan pertanggungjawaban produk.

Berbicara mengenai akibat hukum bagi pelaku usaha yang mencantumkan label halal pada produk makanan yang tidak sah yang pada dasarnya sangat merugikan konsumen muslim maka akibat hukum bagi pelaku usaha tersebut akan berbentuk tanggung jawab pelaku usaha tersebut terhadap konsumen, dimana tanggung jawab pelaku usaha tersebut berupa tanggung jawab produk. Pada pasal 21 Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, dianggap relevan dalam masalah ini karena pelaku usaha harus bertanggung jawab dalam memberikan ganti kerugian dalam hal pelanggaran label halal palsu pada makanan impor yang dilakukan oleh pelaku usaha, yang ketentuannya sebagai berikut : UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang terdapat pada Pasal 8 Ayat (1) huruf h adalah sebagai berikut: Pasal 8 (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang: h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam Label.

Dalam kasus pelanggaran ini yang dimaksud pelaku pelaku usaha adalah importer, padahal pasal 21 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ketentuan sebagai berikut : (1) Importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri. (2) Importir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.⁹²

Substansi Pasal 21 sudah tepat dalam rangka memberikan perlindungan kepada konsumen, karena sebagaimana diketahui UUPK hanya tertuju pada pelaku usaha yang menjalankan usahanya di Indonesia, dan karenanya importer harus bertanggung jawab sebagai pembuat barang impor dan/atau sebagai penyedia jasa asing.

Walaupun importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang impor dan/atau sebagai penyedia jasa asing, akan tetapi tidaklah dapat ditafsirkan kedalam kedudukan sebagai perwakilan. Oleh karena jika sebagai perwakilan memberikan konsekuensi seolah importer sebagai penghubung kepentingan konsumen dengan pembuat barang impor atau penyedia jasa asing yang tunduk pada ketentuan UUPK, padahal UUPK tidak menjangkau pelaku usaha asing. Dalam hubungan ini bisa dilihat, UUPK menempatkan importer

⁹² Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 21

dipersamakan kedudukannya sebagai pembuat barang impor dan/atau sebagai penyedia jasa asing, yang bertanggung jawab secara mandiri terhadap konsumen yang menderita kerugian akibat produk yang diedarkannya, sekalipun penyebab kerugian konsumen adalah cacat produksi dari produsen luar negeri. Berdasarkan hal ini, maka adanya produk barang dan/atau jasa yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha. Hal ini berarti, bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen.⁹³

Berhubungan dengan adanya pelanggaran pelaku usaha yang mencantumkan label palsu pada produk makanan impor dapat dikenai sanksi yakni berupa sanksi administratif, sanksi perdata dan sanksi pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dapat diuraikan bagaimana berikut :

a. Sanksi Pidana

Berkaitan dengan sanksi pidana bagi pelaku usaha yang mencantumkan label halal pada produk makanan yang tidak sah, di dalam UU Perlindungan Konsumen pada pasal 8 ayat (1) h

⁹³ Ahmad miru dan Sutaman Yudo. *Op.Cit*, hlm. 126

disebutkan Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan pada label. Berkaitan dengan ketentuan tersebut maka jika terdapat produsen yang melanggar aturan tersebut akan bisa dikenakan sanksi pidana sesuai dengan Pasal 62 yang menyatakan; (1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

b. Sanksi Perdata

Sedangkan tanggung jawab secara perdata dapat dijelaskan dalam Pasal 19 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu berupa:

- a) pengembalian uang;
- b) penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya;

c) perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh)hari setelah tanggal transaksi. Dan pemberian ganti rugi tersebut tidak menghapuskan adanya tuntutan pidana jika terbukti adanya unsur kesalahan. Pelaku usaha dapat terbebas dari tuntutan ganti rugi apabila pelaku usaha dapat membuktikan kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

c. Sanksi Administratif

Selain akibat hukum berupa sanksi pidana dan perdata bagi pelaku usaha yang mencantumkan label halal palsu pada produk makanan impor maka pelaku usaha tersebut juga dapat terkena sanksi administratif sebagaimana di atur dalam PP Nomor 66 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan. Pasal 66 ayat (1) menyebutkan “setiap orang yang melanggar ketentuan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah ini dikenakan tindakan administratif”. Tindakan administratif tersebut meliputi:

- a) peringatan secara tertulis;
- b) larangan untuk mengedarkan untuk sementara waktu dan atau perintah untuk menarik produk pangan dari peredaran;

- c) pemusnahan pangan jika terbukti membahayakan kesehatan dan jiwa manusia;
- d) penghentian produksi untuk sementara waktu;
- e) pengenaan denda paling tinggi Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah); dan atau
- f) pencabutan izin produksi atau izin usaha.

Dalam bab VI pasal 23 UUPK tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha ditegaskan bahwa : “Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.” Jadi pelaku usaha dapat digugat melalui BPSK atau badan peradilan di tempat kedudukan konsumen, apabila ia menolak atau tidak menanggapi tuntutan ganti rugi yang diajukan kepadanya.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari uraian pada bab-bab sebelumnya, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Keterangan label halal pada makanan impor sebagai wujud hak atas hak informasi bagi konsumen muslim di Indonesia secara normatif telah terpenuhi sebagaimana yang diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen khususnya yang berkaitan dengan hak-hak konsumen dalam Pasal 4 huruf c. Hubungannya dengan masalah label, khususnya label halal maka konsumen perlu memperoleh informasi yang benar, jelas, dan lengkap, mengenai produk makanan impor berlabel halal yang beredar di pasaran. Namun dalam kenyataannya, hak-hak konsumen tersebut

belum dapat terpenuhi secara optimal dikarenakan masih ada pelaku usaha yang masih melakukan perbuatan yang merugikan konsumen dengan memalsukan label halal palsu pada produk makanan impor yang di pasarkan.

2. Tanggung jawab pelaku usaha yang memalsukan label halal pada makanan impor dapat dinyatakan telah melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan yang terdapat dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, akibat-akibat hukum bagi pelaku usaha yang melakukan pencatuman label halal pada produk yang tidak sah dari ketentuan-ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen maupun Undang-Undang Pangan, Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan Pangan dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal ada 3 (tiga) kategori yaitu pelaku usaha tersebut dapat dikenakan sanksi-sanksi pidana, sanksi perdata maupun sanksi administratif.

B. SARAN

1. Rendahnya kesadaran konsumen akan hak dan kewajibannya diakibatkan salah satunya oleh karena masih kurangnya upaya pendidikan konsumen oleh pemerintah. Disini diharapkan Pemerintah bisa memberikan pemahaman kepada konsumen mengenai hak dan kewajibannya. Disamping itu Pemerintah perlu selalu berkoordinasi melakukan pengawasan yang lebih baik dan lebih ketat terhadap pelaku usaha dalam peredaran produk pangan impor yang mencantumkan label halal.
2. Bagi konsumen supaya lebih bijak dalam membeli barang yang akan dibeli. Terlebih jika makanan impor berlabel halal. Karena ditemukanya banyak kasus terkait label halal palsu pada produk makanan impor.
3. Pelaku usaha hendaknya tidak hanya memikirkan keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan syarat dan ketentuan mengenai pelabelan serta memperhatikan pemenuhan hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Bandung: Nusa Media, 2010.

Abdur-Rahman Al-Jaziri, *Fiqh Empat Madzab*, Jakarta : Darul Ulum, 2001

Abdul Rahman Ghazali, Ghuftron Ihsan dan Saipudin Shidiq, *Fiqh Muamalat*, Jakarta : Prenadamedia Group, 2010

Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor, 2008.

Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.

Ahmad Wardi, *Fiqh Muamalat*, Jakarta : Sinar Grafita Offset, 2010

Ali Mansyur, *Penegakan Hukum tentang Tanggung Gugat Produsen dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta : Genta Press, 2007

- Anwar, Syamsul. *Hukum Perjanjian Syariah Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Jakarta : Sinar Harapan, 1995.
- Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2007.
- Burhanudin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, Malang : UIN Maliki Press, 2011.
- Chainur Arrasjid, *Dasar-dasar Ilmu Hukum*, Jakarta : Sinar Grafika, 2006
- Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan*”, Bogor : Ghalia Indonesia, 2010
- Eli Wuria, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu : Jakarta, 2015
- Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2015
- Erman Raja Guguk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Mandar Maju, 2003
- Faisal Badroen, *Etika bisnis Dalam Islam*, Jakarta : Kencana, 2007
- Firman Tumorandjaja, *Hukum Perlindungan Konsumen “Filosofi Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan”*, Malang : Setara Press, 2016
- Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001
- Hasan Aedi, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Bandung : Alfabeta, 2011.
- Iswanto, *Pengantar Ilmu Hukum*, Purwokerto: Unsoed, 2002
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Medan : Paulinus Josua, 1999.
- N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen, Perlindungan Konsumen, dan Tanggung Jawab Produk*, Jakarta: Panta Rei, 2005

Saefullah, *Tanggung Jawab Produsen Terhadap Akibat Hukum Yang Ditimbulkan Dari Produk Pada Era Pasar Bebas*, Bandung : Mandar Maju, 2000.

Soerjono Soekanto & Sri Mahmmudji, *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta : Rajawali Press, 1998

Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008

Suratman dan Philips, *Metode Penelitian Hukum*, Alfabeta, Bandung, 2014

Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2000

Zulham, *Hukum Perlindungan Konsmen*, Jakarta : Kencana Penada Media Group, 2013.

Jurnal :

Hermawan, “Pentingnya Pencantuman Label Halal Dalam Kemasan Produk Pangan Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Muslim”, jurnal hukum dan social, edisi no. 2. Vol. 1, 2013.

Nurhalis, Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan, Edisi No.9, Vol 3, 2015

Slamet Mujiono, “Perlindungan Konsumen : Regulasi Bisnis” Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Edisi No.1 Vol. 1, 2016.

Shobirin,, Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Edisi No. 2 Vol. 3, 2015.

Jurnal Halal LPPOM No. 36, 2001.

Peraturan Perundang-undangan :

Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 Tentang Pangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan

Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal

Sumber Lain :

Elvina Agustin Rahayu. “Snack food dan Kehalalannya” www.halalguide.info
Makanan. diakses terakhir pada 2 April 2017

<http://endrah.blogspot.com>. Endrah, 2009, “ Kasus Tentang Perundangan
Pangan “ diakses pada 7 Juli 2017

[http://www.gomuslim.co.id/read/news/2016/08/23/1274/pew-research-center-
umat- islam-diprediksi-jadi-terbesar-se-dunia.html](http://www.gomuslim.co.id/read/news/2016/08/23/1274/pew-research-center-umat-islam-diprediksi-jadi-terbesar-se-dunia.html). Diaksen terakhir
tanggal 23 Agustus 2016

[http://www.republika.co.id/berita/koran/dialog-jumat/16/03/11/o3vfwa23-
waspadai-produk-impor-berlabel-halal-palsu](http://www.republika.co.id/berita/koran/dialog-jumat/16/03/11/o3vfwa23-waspadai-produk-impor-berlabel-halal-palsu).Diakses pada 10 Maret
2017

http://koran.republika.co.id/berita/17092/Label_Halal_Tanpa_Sertifikat.
diakses terakhir pada 13 Februari 2017

[http://www.ambiguistis.net/2016/05/Label.Halal.Palsu.Ditemukan.Pada.Prod
uk.Makanan .html](http://www.ambiguistis.net/2016/05/Label.Halal.Palsu.Ditemukan.Pada.Produk.Makanan.html), diakses terakhir pada 10 Maret 2017

[http://jurnalnajmu.wordpress.com/2007/11/15/prinsip-prinsip-hukum-
islamdalam- tanggung-jawabpelaku-usaha/](http://jurnalnajmu.wordpress.com/2007/11/15/prinsip-prinsip-hukum-islamdalam-tanggung-jawabpelaku-usaha/) Diakses Tanggal 7 Juli
2017

