

LABEL NON HALAL SEBAGAI UPAYA PERLINDUNGAN HAK KONSUMEN MUSLIM

**Oleh :
Inda Nurdahniar**

ABSTRAK

Produk makanan halal merupakan kebutuhan mendasar bagi konsumen muslim. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama islam, seharusnya pemerintah *concern* terhadap hal tersebut. Sayangnya kepemilikan sertifikat halal masih belum efektif. UUJPH justru menitik beratkan pelaku usaha yang memproduksi produk dengan bahan yang tidak halal untuk mencantumkan keterangan tidak halal, padahal mendorong pelaku usaha untuk melaksanakan kewajiban tersebut tidaklah mudah. Berdasarkan hasil penelitian, di Kecamatan Astana Anyar Kota Bandung, masih banyak pelaku usaha yang menjual produk makanan tidak halal tetapi tidak mencantumkan keterangan tidak halal dalam produknya. Hal ini dikarenakan kawasan tersebut telah lama ditempati oleh orang keterunan tionghoa, kurangnya sosialisasi Pasal 7 UUPK Juncto Pasal 26 Ayat 2 UUJPH, kurangnya edukasi baik bagi pelaku usaha dan konsumen serta kurangnya pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah. Mengingat sertifikasi halal dan BPJPH belum efektif, seyogyanya sertifikasi non halal pun diatur sejajar dengan sertifikasi halal sebagai salah satu upaya dalam perlindungan hak konsumen muslim. Disamping itu, diharapkan semua lembaga yang terkait dengan hal ini dapat saling berkoordinasi agar supaya pemenuhan hak konsumen dapat tercapai dengan baik.

Kata Kunci : Label Non Halal, Perlindungan Hak, Konsumen Muslim

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Makan merupakan kebutuhan utama bagi setiap manusia. Dewasa ini pemilihan makanan tidak saja didasarkan karena cita rasa tetapi juga dari penyajian yang menggugah selera, tempat yang nyaman, menu baru yang sedang tren bahkan promo seperti *voucher* diskon bisa menjadi daya tarik tersendiri. Namun bagi masyarakat beragama islam, pemilihan makanan harus juga didasarkan pada syariat islam dimana produk makanan yang dikonsumsi adalah produk makanan yang halal.

Banyak produk makanan yang beredar di masyarakat, tidak hanya makanan nusantara tetapi makanan luar negeri seperti *western food*, *chinese food*, *korean food*, *thailand food* maupun *japanese food* merambah dunia kuliner di Indonesia. Bahkan keberagaman kuliner menjadi destinasi menarik bagi kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya dan lainnya. Sayangnya produk makanan yang beredar tersebut masih memberikan keraguan, apakah produk makanan tersebut halal ataukah tidak.

Sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama islam, seharusnya pemerintah *concern* memberikan perlindungan serta jaminan bahwa produk makanan yang dikonsumsi khususnya oleh konsumen muslim adalah produk makanan yang halal. Tidak benar jika konsumen harus terus menduga-duga kehalalan produk makanan tersebut.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (selanjutnya disingkat UUIPH) sertifikat halal belum menjadi kewajiban bagi pelaku usaha (*voluntary*). Tetapi sejak tanggal 17 Oktober 2019, dimana telah disahkannya Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksana UUIPH (selanjutnya di singkat PP UUIPH) yang kemudian diikuti oleh Peraturan Menteri Agama Nomor 26 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal (selanjutnya disingkat PMA PJPH), sertifikasi halal menjadi kewajiban bagi pelaku usaha.

Sejak adanya UUIPH pada tahun 2014, kepemilikan sertifikasi halal masih sebatas kesukarelaan dari pelaku usaha. Terbitnya PP UUIPH tahun 2019 barulah sertifikasi halal ini menjadi kewajiban bagi pelaku usaha. Dengan kata lain aturan tentang jaminan produk halal masih belum optimal, artinya produk makanan dan minuman yang beredar di masyarakat sampai saat ini belum sepenuhnya memberikan jaminan atau kepastian.

Disisi lain, berdasarkan Pasal 26 Ayat 2 UUIPH, “Pelaku usaha yang memproduksi produk dari bahan yang berasal dari bahan yang diharamkan wajib mencantumkan keterangan tidak halal pada produk”. Pasal diatas menitikberatkan itikad baik pelaku usaha untuk jujur memberikan informasi yang benar mengenai kondisi produk yang dijualnya. Hal ini sebenarnya sejalan dengan Pasal 7 Huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya di singkat UUPK) yaitu “Kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan. Melihat ketentuan tersebut, secara langsung bermakna bahwa kewajiban pelaku usaha adalah bagian dari hak konsumen.

Informasi yang benar dan bertanggungjawab (*informative information*) merupakan kebutuhan pokok konsumen sebelum ia mengambil suatu keputusan untuk mengadakan, menunda atau tidak mengadakan transaksi bagi kebutuhan hidupnya. Putusan pilihan konsumen yang benar mengenai barang atau jasa yang ia butuhkan (*informed choice*), sangat tergantung pada kebenaran dan bertanggungjawabnya informasi yang disediakan oleh pihak-pihak berkaitan dengan barang atau jasa konsumen. Dalam hal ini terutama informasi yang disediakan kalangan usaha yang bersangkutan.¹ Dengan kata lain, informasi yang diberikan pelaku usaha dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menentukan pilihannya.

Pada kenyataannya, sangat sulit mendorong pelaku usaha beritikad baik untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur tentang kondisi produk makanan yang dijualnya, terlebih lagi menginformasikan bahwa produk makanannya tidak halal di tengah-tengah mayoritas konsumen beragama muslim.

¹ Az. Nasution, *Konsumen Dan Hukum*, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1995, hlm. 39.

Hal ini bisa saja terjadi karena tidak sedikit pelaku usaha yang beritikad tidak baik dalam menjalankan usahanya hanya karena ingin memperoleh keuntungan yang setinggi-tingginya. Di samping itu, daya konsumtif konsumen pun tidak terbendung, mengingat promo yang ditawarkan pelaku usaha, citra yang disajikan, bahkan tempat yang menarik (*instagramable*), menjadi daya tarik tersendiri meskipun ada keraguan bahwa produk tersebut halal atau tidak halal.

Dari permasalahan di atas, peneliti melihat adanya persoalan dimana sertifikat halal belum sepenuhnya dapat dijalankan, sementara UUPK dan UUJPH justru menitik beratkan pelaku usaha yang memproduksi produk dengan bahan yang tidak halal untuk mencantumkan keterangan tidak halal, padahal mendorong pelaku usaha untuk melaksanakan kewajiban tersebut tidaklah mudah. Dari hal ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang : “Label Non Halal Sebagai Upaya Perlindungan Hak Konsumen Muslim”

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Label Non Halal dapat memberikan perlindungan terhadap hak konsumen muslim?
2. Bagaimana upaya yang dapat dilakukan pemerintah agar kepastian produk halal dapat diterapkan?

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Pelaku Usaha

Dalam Pasal 3 *Directive* ditentukan bahwa :²

1. Produsen berarti pembuat produk akhir, produsen dari setiap bahan mentah, atau pembuat dari suku cadang dan setiap orang yang memasang nama, merknya atau suatu tanda pembeda yang lain pada produk, menjadikan dirinya sebagai produsen; Tanpa mengurangi tanggung jawab pada produsen;
2. Tanpa mengurangi tanggung gugat produsen, maka setiap orang yang mengimport suatu produk untuk dijual, dipersewakan, atau untuk *leasing*, atau setiap bentuk pengedaran untuk usaha perdagangannya dalam masyarakat Eropa, akan diminta sebagai produsen dalam arti *directive* ini, dan akan bertanggung jawab sebagai produsen;
3. Dalam hal Produsen suatu produk tidak dikenal identitasnya, maka setiap *leveransir / Supplier* akan bertanggung gugat sebagai produsen, kecuali ia memberitahukan orang yang menderita kerugian dalam waktu yang tidak terlalu lama mengenai identitas produsen atau orang yang menyerahkan produk itu kepadanya. Hal yang sama akan berlaku dalam kasus barang / produk yang diimpor, jika produk yang disetujui tidak menunjukkan identitas importir yang diminta produsen dalam ayat (2), sekalipun nama dicantumkan.

Dengan pengertian yang sangat luas tersebut, maka konsumen yang dirugikan dari produk tidak akan mengalami kesulitan dalam menemukan kepada siapa tuntutan diajukan. Pengertian yang luas juga terdapat dalam UUPK, namun

² Ahmadi Miru, Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia : Jakarta, PT. Rajagrafindo Persada, 2011, hlm 21-22.

tidak digunakan istilah produsen sebagai lawan dari istilah konsumen, melainkan pelaku usaha.³

Dalam Pasal 1 angka 3 UU No. 8 Tahun 1999, disebutkan pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan di wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha berbagai bidang ekonomi.⁴

Dalam penjelasan undang-undang yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain.⁵ Kemudian makna dari "kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi" yang dicari menggunakan metode penafsiran gramatikal dalam kamus istilah ekonomi adalah kegiatan mencari laba (*profit*) dan kegiatan mencari nafkah (*livelihood*).⁶

B. Hak Pelaku Usaha

Untuk menciptakan kenyamanan bagi para pelaku usaha dan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, pelaku usaha diberikan hak untuk :⁷

1. Menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan menilai tukar barang dan / atau jasa yang diperdagangkan;
2. Mendapat perlindungan hukum dari konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. Rehabilitasi nama baik apabila tidak terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan / atau yang diperdagangkan;
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

C. Kewajiban Pelaku Usaha

Kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan / atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen dengan benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

³ Id, hlm. 22.

⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta : Sinar Grafika, 2011, hlm. 41.

⁵ Id

⁶ Johannes Gunawan, Hukum Perlindungan Konsumen, Bandung : FH. Unpar, 2013.

⁷ Gunawan Widjaja, Hukum Tentang Perlindungan Konsumen, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003, hlm. 33.

4. Menjamin mutu barang dan / atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar ,utu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberikan Jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan
6. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian;
7. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan /atau penggantian apabila barang dan /atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Pertama yang harus dilakukan oleh usaha adalah sikap untuk selalu beritikad baik dan memperhatikan pihak konsumen dalam setiap kegiatan bisnisnya. Hal ini penting agar di antara konsumen dan produsen tercipta hubungan bisnis yang sehat dimana konsumen dapat menaruh kepercayaan bisnis yang diselenggarakan oleh pengusaha. Bila rasa itikad baik ini telah terjalin, diharapkan tidak ada hubungan sikap saling merugikan satu sama lain sehingga berefek pula terhadap perkembangan ekonomi yang kondusif.

Dalam UUPK tampak bahwa itikad lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena memuat semua kegiatan yang dilakukan oleh usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik di mulai sejak barang diproduksi sampai pada tahap purna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan / atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan oleh kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang atau diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulau pada saat melakukan transaksi dengan produsen. Tentang kewajiban kedua pelaku usaha yaitu memberikan memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan / atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, disebabkan karena informasi di samping merupakan hak konsumen, juga karena ketiadaan informasi atau informasi yang tidak memadai dari pelaku usaha merupakan salah satu jenis cacat produk (caca informasi) yang akan sangat merugikan konsumen.⁸

Kewajiban dari usaha yang menyediakan informasi kepada konsumen merupakan salah satu dari penentu bagi konsumen untuk mengadakan hubungan bisnis dengan pelaku usaha ataukah tidak, karena pemberian informasi yang dilakukan oleh pelau usaha akan memberikan gambaran bagi konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang ditawarkannya. Pelaku usaha diharapkan dapat memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur terkait dengan barang dan /atau jasa yang ditawarkannya baik secara langsung maupun tidak langsung (dalam hal ini menggunakan media massa) demi mencegah terjadinya resiko kerugian yang lebih besar bagi konsumen yang hendak atau telah menggunakan produk barang dan/atau jasa tersebut.

⁸ Ahmadi Miru, et all., Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta : rajagrafindo Persada, 2011, hlm. 54-55.

Kewajiban lain yang harus dilaksanakan pelaku usaha adalah melayani. Dalam penjelasan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pelaku usaha dilarang membeda-bedakan konsumen dalam memberikan pelayanan. Pelaku usaha dilarang membeda-bedakan mutu pelayanan kepada konsumen.

Selain itu harus menjamin barang dan / atau jasa yang diperdagangkannya memenuhi standar yang berlaku. Hal ini mengacu pada perundang-undang yang lain, dimana undang-undang perlindungan konsumen seperti undang-undang payung.

Kewajiban pelaku pun harus memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau bahkan mencoba barang dan/atau jasa yang ditawarkannya. Penjelasan tentang hal ini hanya mencakup barang yang dapat diuji atau dicoba tanpa mengakibatkan kerusakan atau kerugian. Penjelasan itu justru mengakibatkan kata "jasa" dalam pasal tersebut tidak termasuk sebagai produk yang dapat diuji atau dicoba, dengan kata lain yang terdapat inkonsistensi antara pasal dan penjelasan sehingga pemulisan kata "barang dan / atau jasa" menjadi kelemahan dalam pasal ini.

Kewajiban terakhir pelaku usaha memberikan kompensasi, ganti rugi, dan / atau penggantian bila barang dan / atau jasa yang diperdagangkannya merugikan konsumen atau tidak sesuai dengan perjanjian. Hal ketiga ini mungkin dapat diberlakukan terhadap produk barang, namun untuk produk jasa sangat sulit untuk dilakukan pergantian jasa mengingat pada hakikatnya karakteristik barang dan jasa yang sangat berbeda.⁹

D. Pengertian Konsumen

Pengertian konsumen sesuai dengan Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau barang yang tersedia di masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Di dalam penjelasannya yang dibahas dengan konsumen adalah konsumen akhir yaitu pengguna atau pemanfaatan akhir dari suatu produk. Dengan perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat, pengertian konsumen menjadi sangat sulit untuk didefinisikan, bahkan pengertian konsumen sebagaimana yang dijelaskan di atas terkadang tidak dapat mencakup pengertian konsumen di dalam praktek, sehingga diperlukan adanya penyesuaian aturan dengan kondisi bisnis dewasa ini.

E. Hak Konsumen

Presiden Amerika Serikat **John F. Kennedy** dalam pidatonya di hadapan Kongres Amerika Serikat pada tahun 1962, pada waktu mengemukakan gagasan tentang perlunya perlindungan konsumen, beliau sekaligus menyebutkan empat hak konsumen yang perlu mendapatkan bantuan hukum, yaitu:¹⁰

1. Hak memperoleh keamanan (*the right to safety*);

⁹ Supra note 6.

¹⁰ Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2010, hlm. 38.

2. Hak memilih (*the right to choose*);
3. Hak mendapatkan informasi (*the right to be informed*); dan
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Keempat hal tersebut merupakan bagian dari Deklarasi Hak-Hak Asasi Manusia yang dicanangkan PBB tanggal 10 Desember 1948, masing-masing pada Pasal 3, 8, 19, 21 dan Pasal 26, yang oleh Organisasi Konsumen Sedunia (*International Organization of Consumer Unmon-IOCU*) ditambahkan empat hak dasar lainnya. yaitu:¹¹

1. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup;
2. Hak untuk memperoleh ganti rugi ;
3. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen;
4. Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat.

Setelah itu, Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa Nomor 39/248 Tahun 1985 tentang Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*). juga merumuskan berbagai kepentingan konsumen yang perlu dilindungi, yang meliputi :¹²

1. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
2. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen;
3. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi;
4. Pendidikan konsumen;
5. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;
6. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya dan relevan yang memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang dibutuhkan mereka.

Sementara itu, Masyarakat Ekonomi Eropa juga menetapkan hak-hak dasar konsumen (warga masyarakat Eropa) yang perlu mendapat perlindungan di dalam perundang-undang negara-negara Eropa, yaitu:¹³

1. Hak perlindungan kesehatan dan keamanan;
2. Hak perlindungan kepentingan ekonomi;
3. Hak mendapatkan ganti rugi; dan
4. Hak untuk didengar.

UUPK merumuskan sejumlah hak penting konsumen. Menurut Pasal 4, ada sembilan hak dari konsumen, delapan diantaranya hak yang secara eksplisit diatur dalam UUPK dan satu hak lainnya. Hak-hak tersebut adalah:¹⁴

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan atas barang dan jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan jasa;
3. Hak mendapat informasi yang benar, jelas dan, jujur atas barang dan jasa;

¹¹ Supra note 8, hlm. 38.

¹² Supra note 7, hlm. 27-28.

¹³ Supra note 10, hlm. 38.

¹⁴ NHT Siahaan, Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggungjawab Produk, Jakarta : Panta Rei, 2005, hlm. 84

4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya;
5. Hak untuk mendapatkan bantuan hukum (advokasi). perlindungan dan penyelesaian sengketa;
6. Hak dalam pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diberlakukan secara benar, jujur dan tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi atas barang atau jasa yang merugikan;
9. Hak-hak yang ditentukan dalam perundang-undangan lain.

Konsumen berhak mendapatkan keamanan dari barang dan jasa yang ditawarkan. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik oleh jasmani maupun rohani.¹⁵ Dalam barang dan /atau jasa yang dihasilkan dan dipasarkan oleh usaha yang beresiko sangat tinggi terhadap keamanan konsumen. Maka pemerintahan selayaknya, diadakan pengawasan secara ketat.¹⁶

Hak untuk memilih dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk-produk tertentu sesuai dengan kebutuhannya, tanpa ada tekanan dari pihak luar. Berdasarkan hak untuk memilih ini, konsumen berhak memutuskan untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk, demikian pula keputusan untuk memilih kualitas maupun kuantitas jenis produk yang dipilihnya. Hak memilih yang dimiliki oleh konsumen ini hanya ada jika ada alternatif pilihan dari jenis produk tertentu, karena jika produk dikuasai secara monopoli oleh suatu produsen atau dengan kata lain tidak ada pilihan lain (baik barang atau jasa), maka dengan sendirinya hak untuk memilih tidak berfungsi.¹⁷

Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar. Informasi ini diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa.¹⁸ Sifat dari informasi ini sangat penting karena apabila sebuah produk tidak disertai informasi maka produk tersebut dapat dikategorikan cacat produk.

Hak untuk didengar ini merupakan hak dari konsumen agar tidak dirugikan lebih lanjut, atau hak untuk menghindarkan diri dari kerugian. Hak ini dapat terdiri dari pertanyaan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan produk-produk tertentu apabila informasi yang diperoleh tentang produk tersebut kurang memadai, ataukah berupa berupa pengaduan atas adanya kerugian yang dialami akibat penggunaan suatu produk, atau yang dialami akibat penggunaan suatu produk, atau yang berupa pertanyaan/pendapat tentang suatu kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan kepentingan konsumen. Hak ini dapat disampaikan baik perorangan, maupun secara kolektif, baik yang disampaikan langsung maupun diwakili oleh lembaga tertentu, misalnya melalui YLKI.¹⁹

¹⁵ Supra note 4, hlm. 33.

¹⁶ Sidharta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Edisi Revisi, Jakarta : PT. Grasindo, 2004, hlm.23

¹⁷ Supra note 8, hlm. 42.

¹⁸ Supra note 16, hlm. 23.

¹⁹ Supra note 8, hlm. 43-44.

Hak untuk mendapatkan bantuan hukum (advokani), perlindungan dan penyelesaian sengketa adalah suatu upaya untuk mengembalikan keadaan konsumen yang telah dirugikan akibat penggunaan suatu produk.

Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak (tidak seimbang) akibat adanya penggunaan barang atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen. Hak ini sangat terkait dengan penggunaan produk yang telah merugikan konsumen baik yang berupa kegiatan materi, maupun kerugian yang menyangkut diri (sakit, cacat bahkan kematian) untuk merealisasikan hak ini tentu saja harus melalui prosedur tertentu, baik yang diselesaikan secara damai (di luar pengadilan) maupun yang ditangani melalui pengadilan.²⁰

Hak-hak yang ditentukan dalam perundangan-undangan lain adalah hak yang terkait dengan perlindungan konsumen. Seperti hak konsumen mendapatkan jaminan produk halal.

F. Pengertian Produk Non Halal

Berdasarkan Pasal 1 UUJPH, Bahan adalah unsur yang digunakan untuk membuat atau menghasilkan Produk. Produk adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Produk Halal adalah Produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Dengan demikian secara *a contrario* dapat dipahami bahwa Produk Non Halal adalah produk dengan bahan yang tidak sesuai dengan syariat islam. Berdasarkan Pasal 18 Ayat 1 UUJPH, bahan haram diantaranya meliputi bangkai, darah, babi, dan/atau hewan yang disembelih tidak sesuai dengan syariat islam. Selain itu, berdasarkan Pasal 20 Ayat 1 UUJPH, semua tumbuhan pada dasarnya halal kecuali yang memabukkan dan/atau membahayakan kesehatan bagi orang yang mengkonsumsinya.

Lebih lanjut dalam UUJPH, produk halal ini juga termasuk dalam Proses Produk Halal yang mana berarti rangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan produk mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk. Dengan kata lain, apabila suatu produk halal tetapi prosesnya bersamaan dengan produk non halal maka dapat dikatakan bahwa produk tersebut masuk kedalam produk tidak halal.

G. Kedudukan Produk Non Halal

Berdasarkan Pasal 1 UUJPH, Jaminan Produk Halal (JPH) adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu Produk yang dibuktikan dengan Sertifikat Halal. Sertifikat Halal adalah pengakuan kehalalan suatu Produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sementara BPJPH adalah badan yang dibentuk oleh Pemerintah untuk menyelenggarakan JPH. Sedangkan MUI adalah wadah musyawarah para ulama, zuama, dan cendekiawan muslim.

²⁰ Id.

Berdasarkan Pasal 25 UUIPH, pelaku usaha yang memperoleh sertifikat halal wajib mencantumkan label halal. Sementara menurut Pasal 26 Ayat 1 UUIPH, pelaku usaha yang memproduksi produk dari bahan yang berasal dari bahan yang diharamkan dikecualikan dari mengajukan permohonan sertifikat halal. Dengan kata lain, sertifikasi dan pencantuman label hanya berlaku bagi produk non halal saja.

H. **Pengawasan Produk Non Halal**

Berdasarkan Pasal 26 Ayat 2 UUIPH, pelaku usaha yang memproduksi produk dari bahan yang diharamkan, wajib mencantumkan keterangan tidak halal pada produk. Apabila pelaku usaha tidak menjalankan ketentuan tersebut, berdasarkan Pasal 27 Ayat 2 UUIPH maka pelaku usaha dapat dikenai sanksi administratif berupa teguran lisan, peringatan tertulis dan denda administrative.

Lebih lanjut, berdasarkan Pasal 78 Ayat 2 PP UUIPH, menyatakan bahwa keterangan tidak halal dapat berupa gambar, tanda, dan/atau tulisan, tetapi hal ini juga harus mencakup perlindungan dan hak asasi manusia terhadap kelompok rentan, khususnya peyandang disabilitas.

Lebih lanjut, Berdasarkan Pasal 49 dan Pasal 50 UUIPH, pengawasan terhadap pencantuman keterangan tidak halal pada produk merupakan bagian dari pengaturan JPH dilakukan oleh BPJPH. Dengan kata lain, ruang lingkup JPH tidak hanya sekedar pengaturan tentang sertifikasi (label) untuk produk halal saja, tetapi JPH pun termasuk tentang pencantuman keterangan produk non halal. Artinya kepastian atau jaminan akan suatu produk tidak hanya terbatas pada produk halal saja tetapi juga produk tersebut produk non halal. Berdasarkan Pasal 79 PP UUIPH, menyatakan bahwa BPJPH, kementerian terkait, lembaga terkait, dan/atau pemerintah daerah dalam melaksanakan pengawasan terhadap JPH dapat mengikutsertakan institusi terkait dalam hal kegiatan pendampingan. Pengawasan dapat dilakukan secara berkala (sekali dalam 6 bulan) atau sewaktu-waktu (bila terdapat dugaan pelanggaran peraturan perundang-undangan)

PEMBAHASAN

A. Label Non Halal Sebagai Upaya Perlindungan Hak Konsumen Muslim

Seperti yang kita ketahui, Indonesia merupakan salah satu negara dengan mayoritas penduduk islam terbesar di dunia. Sudah sepatutnya pemerintah *concern* terhadap hal tersebut, termasuk atas pemenuhan jaminan produk halal khususnya untuk konsumen muslim. Sejak adanya UUIPH pada tahun 2014 kepemilikan sertifikasi halal masih terbatas pada kesukarelaan dari pelaku usaha (*voluntary*). Hingga tahun 2019 setelah disahkannya PP UUIPH, maka per tanggal 17 Oktober 2019 sertifikasi halal menjadi suatu kewajiban. Namun sesuai PMA PJP, kewajiban sertifikasi halal ini memiliki penahapan selama lima tahun hingga tanggal 17 Oktober 2024 (khususnya untuk makanan dan minuman).²¹

21

https://isef.co.id/presentation/ISEF2019/12Nov2019/Global%20Halal%20Dialogue/01_ISEF_2019_Peraturan%20Terbaru%20Jaminan%20Produk%20Halal_BPJPH.pdf, diakses oada tanggal 24 Desember 2019.

Artinya setelah lima tahun berlalu dan lima tahun kedepan, sertifikasi halal belum efektif.

Melihat kenyataan bahwa hingga saat ini sertifikasi halal belum berjalan dengan optimal, masyarakat khususnya konsumen muslim dihadapkan pada dua asumsi : apakah produk makanan dan minuman yang beredar tersebut halal tetapi belum tersertifikasi ataukah memang produk makanan dan minuman yang beredar tersebut tidak halal. Hal inilah yang menimbulkan ketidakpastian.

UUJPH tidak saja mengatur tentang sertifikasi halal, tetapi disamping itu juga berdasarkan Pasal 26 Ayat 2 UUJPH, undang-undang ini mengatur tentang kewajiban pelaku usaha yang memproduksi produk dengan bahan tidak halal wajib memberikan keterangan tidak halal pada produknya. Hal ini sejalan dengan Pasal 7 UUPK yang menyatakan bahwa Pelaku Usaha wajib memberikan informasi yang jujur, benar dan jelas tentang barang dan/atau jasa yang diperdagangkannya. Namun pada kenyataannya sulit mendorong pelaku usaha untuk mematuhi ketentuan tersebut.

Misalkan saja, kebanyakan pelaku usaha di kawasan Astana Anyar Bandung menjual produk makanan tidak halal. Salah satu hal yang mendasarinya karena di kawasan tersebut telah lama ditempati oleh orang keturunan tionghoa (kawasan pecinan). Mereka terbiasa menjual produk makanan tidak halal kepada pelanggan sekitar yang notabenehnya non muslim. Keadaan tersebut yang membuat mereka tidak memberikan keterangan tidak halal pada produknya. Mereka mengatakan bahwa, semua orang sudah tahu bahwa kawasan ini biasanya menjual produk makanan tidak halal. Padahal kini kawasan tersebut telah menjadi salah satu destinasi kuliner terkenal di kota Bandung, dimana konsumennya tidak lagi keturunan tionghoa saja.

Pada kenyataannya *bargaining position* tetap mendominasi dalam praktek berbisnis antara pelaku usaha dan konsumen. Di sini kedudukan konsumen berada pada level relatif rendah dibandingkan pelaku usaha, setidaknya hal tersebut diakibatkan dari ketidaktahuan konsumen terhadap produk makanan dan minuman yang ditawarkan oleh pelaku usaha dan kiranya yang mengetahui benar kondisi dari produk makanan dan minuman itu hanyalah pelaku usaha.

Persoalannya mengenai *bargaining position* itu semakin terlihat, mana kala pelaku usaha tidak mau memberikan informasi yang benar tentang produk makanan dan minuman baik seluruhnya maupun sebagian. Hal ini dapat terjadi karena adanya itikad tidak baik dari pelaku usaha kepada konsumen dalam menjalankan usahanya, seperti pelaku usaha dikawasan Astana Anyar kota Bandung tidak mau memberikan keterangan tidak halal dengan alasan bahwa semua orang sudah tahu kawasan ini terbiasa menjual makanan tidak halal atau pelaku usaha tidak berinisiatif memberikan keterangan tidak halal sampai konsumennya sendiri yang bertanya apakah makanan tersebut halal atau tidak halal. Namun ada kalanya pelaku usaha sangat sulit untuk melakukan kewajibannya dalam memberikan informasi atau keterangan bahwa produknya tidak halal kepada konsumen terlebih lagi mayoritas konsumen Indonesia adalah konsumen muslim. Dengan kata lain, faktor yang juga mempengaruhi pelaku usaha tidak mematuhi ketentuan Pasal 7 UUPK Juncto Pasal 26 Ayat 2 UUJPH adalah kurangnya pemahaman (edukasi) pelaku usaha atas hak-hak konsumen

khususnya konsumen muslim. Seorang muslim dilarang memakan makanan yang tidak halal (tidak sesuai dengan syariat islam), dalam praktek berbisnis seharusnya diarahkan juga toleransi antar agama sehingga menciptakan kegiatan usaha yang harmonis.

Sampai saat ini, masih banyak pelaku usaha yang tidak mengetahui adanya kewajiban bagi pelaku usaha yang memproduksi produk dari bahan yang tidak halal untuk mencantumkan keterangan tidak halal dalam produknya. Kurangnya sosialisasi akan hal tersebut berbanding terbalik dengan gencarnya sosialisasi akan sertifikasi produk halal. Hal ini dapat terlihat dalam beberapa situs seperti Kementerian Perdagangan dan Perindustrian, MUI halal, yang lebih dominan membahas tentang produk halal. Padahal berdasarkan UUJPH, jaminan produk halal tidak hanya membahas tentang produk halal (termasuk dalam sertifikasi halal lalu label halal), tetapi juga berkenaan dengan kewajiban pencantuman keterangan tidak halal. Seyogyanya dalam kondisi sertifikasi halal belum sepenuhnya berjalan, pencantuman keterangan tidak halal yang ditekankan pada pelaku usaha sulit untuk dijalankan maka seharusnya label non halal (sertifikasi non) pun perlu diterapkan atau diatur sejajar dengan label halal (sertifikasi halal). Artinya label non halal ini bukan didasarkan pada kewajiban pelaku usaha, tetapi label non halal ini diberikan oleh otoritas tertentu, dan kiranya tidak perlu membebankan biaya sertifikasi non halal, mengingat perlunya menumbuhkan sikap itikad baik pelaku usaha.

Bahan pangan yang halal jumlahnya lebih banyak dari pada yang non-halal, maka seharusnya bahan pangan yang lebih sedikit inilah yang perlu diatur lebih ketat. Penalaran demikian ini berlaku juga dalam hukum. Apabila suatu ruas jalan boleh dilewati semua kendaraan, maka seharusnya tidak perlu ada rambu yang membolehkan kendaraan-kendaraan tertentu boleh lewat di situ. Baru apabila ada jenis kendaraan tertentu tidak diizinkan lewat di ruas jalan tersebut, rambu larangan perlu dipasang. Berdasarkan nalar ini, seharusnya produk pangan yang non-halal atau rumah-rumah makan yang menjual pangan non-halal, perlu dilekatkan tanda stiker “non-halal” dan bukan sebaliknya.²²

Dengan mensejajarkan pengaturan label halal dan non halal oleh otoritas tertentu dapat dijadikan sebagai upaya perlindungan terhadap hak konsumen muslim mengingat hingga saat ini masih timbul keraguan apakah produk yang dikonsumsi halal atau tidak, sementara kiranya sangat sulit untuk mendorong semua pelaku usaha yang memproduksi produk tidak halal untuk melaksanakan kewajibannya memberikan informasi yang jelas dan jujur terkait produk yang ditawarkannya (tidak halal) ditengah-tengah mayoritas masyarakat muslim seperti Indonesia.

B. Upaya yang dapat dilakukan agar pemerintah agar kepastian akan produk halal dapat diterapkan

Sebuah informasi dalam transaksi bisnis sangatlah penting, baik bagi pihak yang berperan sebagai pelaku usaha atau bahkan konsumen. Jika dilihat dari pihak

²² <https://business-law.binus.ac.id/2014/03/05/mencari-lembaga-alternatif-untuk-sertifikasi-halal/>, diakses pada tanggal, 27 Mei 2021

pelaku usaha, informasi ini dapat digunakan untuk sarana promosi mengenai produk yang dijualnya. Sementara jika dilihat dari sudut konsumen, kebenaran informasi dapat membantu mereka untuk memilih secara benar dan tepat mengenai produk yang menjadi kebutuhannya. Selain itu, kebenaran informasi pun akan mencegah terjadinya kerugian pada konsumen. Dalam UUPK, memberikan informasi merupakan kewajiban dari pelaku usaha, sedangkan mendapatkan informasi adalah hak dari konsumen. Walaupun undang-undang tersebut telah mengatur mengenai informasi, namun pada kenyataannya ini tetap menjadi sebuah permasalahan dalam transaksi bisnis diantara keduanya, yaitu hingga saat ini tidak ada kepastian atau jaminan bahwa produk makanan dan minuman yang beredar di masyarakat halal atautkah tidak halal.

Upaya yang dapat dilakukan pemerintah agar kepastian akan produk halal dapat diterapkan, selain mewajibkan sertifikasi halal, yang pertama adalah memberikan edukasi tentang hak dan kewajiban bagi pelaku usaha dan konsumen sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Dalam hal ini khususnya edukasi tentang kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi tentang produk makanan yang dijualnya. Apabila suatu produk makanan yang mengandung bahan tidak halal dan/atau prosesnya tercampur atau bersamaan dengan makanan tidak halal, maka pelaku usaha wajib mencantumkan keterangan tidak halal dalam produknya. Hal ini penting mengingat masih sebagian besar pelaku usaha mengasumsikan produk makanan tidak halal adalah produk makanan dengan bahan tidak halal.

Selain itu, konsumen khususnya konsumen muslim harus diberikan edukasi tentang hak mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai produk makanan yang dijual oleh pelaku usaha. Mengingat konsumen tidak memiliki akses yang penuh untuk mengetahui bagaimana produk makanan tersebut dibuat. Disinilah peran pemerintah benar-benar harus memverifikasi produk makanan tidak halal. Tidak berbeda dengan pelaku usaha, bahwa konsumen juga harus benar-benar mengetahui bahwa, yang tidak halal itu bukan hanya produknya terbuat dari bahan yang tidak halal, tetapi juga termasuk dalam proses pembuatnya (sesuai syariat islam). Dengan kata lain, baik pelaku usaha maupun konsumen harus memiliki persepsi atau pengetahuan yang sama tentang apa yang dimaksud dengan produk halal dan non halal. sehingga tidak menimbulkan persepsi yang salah.

Lebih dari itu, pemberian edukasi ini harusnya mencakup juga dorongan agar konsumen Indonesia menjadi konsumen yang cerdas dan tidak konsumtif. Karena berdasarkan hasil penelitian, banyak konsumen muslim yang tertarik untuk datang ke kawasan Astana Anyar karena tempatnya unik (suasana china street culinary), promo seperti voucher, cita rasa yang nikmat, meskipun mereka memiliki keraguan terhadap produk makanan yang disantapnya.

Kedua, seyogyanya lembaga pemerintah juga memberikan verifikasi semacam label non halal, disamping penerapan sertifikasi halal, karena hingga saat ini sulit rasanya mendorong pelaku usaha untuk memenuhi ketentuan Pasal 7 UUPK Juncto Pasal 26 Ayat 2 UUPJH.

Ketiga, meskipun kawasan Astana Anyar Kota Bandung sudah lama ditempati oleh keturunan Tionghoa (pecinan) tetapi tidak dibenarkan jika pelaku

usaha tidak mau mencantumkan keterangan tidak halal dalam produk makanan dengan asumsi “semua orang sudah tahu kawasan ini biasanya menjual produk makanan non halal”, sebab kini kawasan Astana Anyar Kota Bandung sudah menjadi destinasi kuliner terkenal, dimana konsumennya tidak hanya non muslim tetapi juga muslim baik berasal dari kota Bandung maupun dari luar kota Bandung. Dalam menjalankan usahanya, pelaku usaha di kawasan Astana Anyar perlu di dorong untuk menumbuhkan rasa toleransi beragama (itikad baik). Sehingga setiap konsumen baik muslim dan non muslim merasa aman dan nyaman berkunjung di kawasan tersebut. Di sini peran pemerintah diharapkan dapat menciptakan destinasi kuliner yang memberikan kepastian atau jaminan agar konsumen benar-benar mengetahui produk tersebut halal ataukah tidak halal.

Sebagai gambaran lain, sapi adalah ternak yang diperbolehkan untuk dikonsumsi, tetapi apabila penyembelihannya tidak sesuai dengan syariat islam (memotong dengan pisau yang tajam hingga urat leher terputus, pisau tidak boleh diperlihatkan kepada ternak dan mengucapkan bismillah) maka sapi tersebut dapat dikategorikan haram. Meskipun sapi tergolong ternak yang diperbolehkan dikonsumsi oleh konsumen muslim, tetapi di Jerman daging sapi diberikan informasi halal dan haram. Hal ini dilakukan agar konsumen muslim mendapatkan jaminan tentang kehalalan suatu produk. Intinya diharapkan Indonesia mampu memberikan kepastian atau jaminan produk yang beredar itu halal atau non halal.

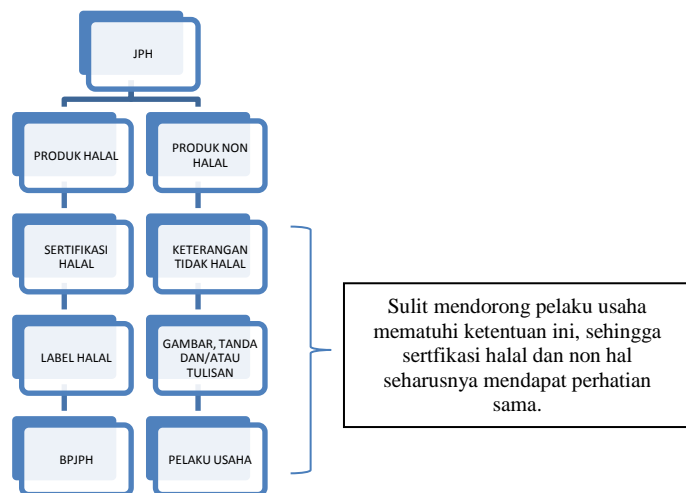
Keempat, menurut peneliti kepastian atau jaminan tentang peredaran makanan seharusnya tidak dipahami hanya terbatas pada produk makanan “halal” saja, melainkan kepastian atau jaminan itu mencakup juga tentang produk “tidak halal”. Hal ini sejalan dengan UUJPH, tetapi sayangnya dalam praktek sosialisasi “memberikan keterangan tidak halal” tidak begitu gencar dilakukan ketimbang sosialisasi sertifikat halal. Hal ini terlihat dari beberapa situs yang terkait dengan hal ini. Misalnya dalam situs www.muihalal.org, terlihat sosialisasi hanya difokuskan untuk sertifikasi halal, sosialisasi tersebut diantaranya :

1. INDHEX (Indonesi Internasional Halal Expo)
2. Olimpiade Halal
3. Halal Food Goes to School
4. Wisata Halal
5. Halal Competition
6. Fasilitasi Halal Gratis
7. Sosialisasi Halal UKM / Perusahaan Besar
8. Sosialisasi Halal di Medsos
9. Merchandise

Lebih lanjut seperti Fasilitas Halal Gratis diberikan oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian. Pada tahun 2018 di kota Bandung, fasilitas ini diberikan kepada 350 UMKM. Pada kenyataannya hal ini telah menunjukkan bahwa pendaftaran sertifikat halal terus meningkat, tetapi sayangnya tidak ada sosialisasi khususnya Pasal 7 UUPK Juncto Pasal 26 Ayat 2 UUJPH sehingga perlu disadari bahwasannya sertifikat halal itu masih belum optimal sehingga produk makanan yang beredar pun masih belum memberikan kepastian atau jaminan. Oleh karena

itu penting kiranya label atau sertifikasi non halal diterapkan sejajar dengan sertifikasi halal.

Dengan kata lain, kita tidak bisa sepenuhnya mendorong semua pelaku usaha untuk memproduksi makanan halal, sebab mungkin saja penggunaan bahan yang tidak halal akan menciptakan cita rasa yang berbeda. Tetapi yang perlu dipahami adalah konsumen tetap harus diberikan akses informasi akan produk makanan halal dan tidak halal sehingga konsumen khususnya konsumen muslim tetap merasakan kepastian dan jaminan. Sepanjang sertifikasi halal belum optimal maka kehalalan suatu produk makanan tidak dapat dilakukan secara a contrario. Baik produk halal maupun produk non halal seharusnya mendapatkan perhatian yang sama. Dengan kata lain, seharusnya sosialisasi Pasal 7 UUPK Juncto Pasal 26 Ayat 2 UUJPH harus giat dicanangkan berbarengan dengan sosialisasi sertifikat halal;.



Kelima, pengawasan terhadap Pasal 7 UUPK Juncto 26 Ayat 2 UUJPH harus segera dilaksanakan mengingat hingga saat ini sertifikasi halal belum sepenuhnya dapat dijalankan. Pengawasan sertifikasi halal maupun tanggungjawab pelaku usaha sesuai Pasal 7 UUPK Juncto Pasal 26 UUJPH berada di bawah BPJPH. Namun sebagaimana yang kita ketahui, BPJPH hingga saat ini masih dalam proses. Seyogyanya setiap lembaga yang terkait dengan hal ini (Dinas Perdagangan dan Perindustrian, BPOM, MUI, Lembaga yang bergerak di sektor perlindungan konsumen) melakukan pengawasan berkala sampai BPJPH benar-benar telah berjalan dengan optimal. Pengawasan ini benar-benar sangat mendesak karena sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia, kita tidak bisa terus resah, ragu dan khawatir terhadap kepastian atau jaminan suatu produk makanan yang beredar di pasaran.

KESIMPULAN & SARAN

A. Kesimpulan

Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk beragama muslim terbesar di dunia. Seharusnya pemerintah *concern* untuk memberikan kepastian atau jaminan khususnya berkenaan dengan suatu produk makanan yang beredar di pasaran. Pada dasarnya telah ada peraturan tentang jaminan produk halal, dimana

salah satunya membahas tentang sertifikasi halal. Namun hingga saat ini sertifikasi halal masih belum dapat dikatakan efektif. Dengan kata lain, pada prakteknya masih ada dua asumsi apakah produk makanan yang beredar di pasaran itu halal tetapi belum tersertifikasi ataukah senyatanya memang haram. Selain pengaturan tentang sertifikasi halal, Pasal 26 Ayat 2 UUIPH pun mengatur bahwa pelaku usaha yang memproduksi produk dengan bahan tidak halal wajib mencantumkan keterangan tidak halal dalam produknya. Lebih lanjut ketentuan ini sejalan dengan Pasal 7 UUPK, dimana pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur terhadap produk yang dijualnya kepada konsumen. Namun pada kenyataannya di Kecamatan Astana Anyar Kota Bandung, masih banyak pelaku usaha yang tidak mematuhi ketentuan tersebut. Padahal hal itu merupakan tanggungjawab pelaku usaha sebagai bagian dalam pemenuhan hak konsumen. Hal ini terjadi karena pada dasarnya kawasan tersebut sudah lama ditempati oleh keturunan Tionghoa, sehingga mereka sudah terbiasa menjual produk makanan non halal kepada konsumen sekitar daerah tersebut yang notabennanya kebanyakan beragama non muslim dan merasa tidak memiliki kewajiban untuk memberikan informasi bahwa produk makanannya tidak halal. Dengan kata lain semua orang sudah tahu bahwa kawasan tersebut banyak menjual produk makanan non halal. Selain itu, rendahnya edukasi atau pengetahuan tentang hak dan kewajiban baik di pihak pelaku usaha maupun konsumen. Kurangnya sosialisasi tentang Pasal 7 UUPK Juncto Pasal 26 Ayat 2 UUIPH dibandingkan dengan sosialisasi sertifikat halal sehingga kiranya sertifikasi non halal harus disejajarkan dengan sertifikasi halal. Tidak dilaksanakannya pengawasan terhadap ketentuan tersebut mengingat BPJPH hingga saat ini masih dalam proses. Padahal konsumen muslim seharusnya tidak dihadapkan pada keraguan, ketidakpastian atau tidak adanya jaminan bahwa produk makanan yang beredar dipasaran itu halal ataukah tidak.

B. Saran

Pemerintah dan/atau lembaga (LPPOM MUI, Dinas Perdagangan dan Perindustrian, BPOM, Yayasan Lembaga Bantuan Konsumen Indonesia di) seharusnya lebih *concern* terhadap peredaran produk makanan yang ada di pasaran, sehingga bisa memberikan kepastian atau jaminan bahwa produk tersebut halal ataukah tidak halal. Mengingat hingga saat ini sertifikasi halal masih belum berjalan dengan optimal sehingga dalam prakteknya masih ada dua asumsi apakah produk makanan yang beredar di pasaran itu halal tetapi belum tersertifikasi ataukah memang haram. Maka seharusnya pemerintah mensejajarkan pengaturan label atau sertifikasi halal dengan sertifikasi non hala. Selain itu, meskipun saat ini BPJPH masih belum efektif tetapi kepastian atau jaminan produk makanan halal ataukah tidak halal tidak bisa ditunggu, sehingga sudah seyogyanya semua lembaga yang terkait dalam hal ini saling berkoordinasi untuk mendorong pelaku usaha untuk memiliki tanggungjawab dalam pemenuhan hak konsumen. Diharapkan dengan dilaksanakannya edukasi bagi pelaku usaha maupun konsumen, sosialisasi dan pengawasan kedepannya peredaran produk makanan bisa memberikan kepastian dan jaminan (halal dan non halal) khususnya bagi konsumen muslim.

REFERENSI

Ahmadi Miru, Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia : Jakarta, PT. Rajagrafindo Persada.

Ahmadi Miru, et all., Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta : rajagrafindo Persada

Az. Nasution, Konsumen Dan Hukum, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.

Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta : Sinar Grafika.

Gunawan Widjaja, Hukum Tentang Perlindungan Konsumen, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.

Johannes Gunawan, Hukum Perlindungan Konsumen, Bandung : FH. Unpar, 2013.

NHT Siahaan, Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggungjawab Produk, Jakarta : Panta Rei

Sidharta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Edisi Revisi, Jakarta : PT. Grasindo

Peraturan Perundang-Undangan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

Internet

www.muihalal.org.

http://data.bandung.go.id/beta/index.php/portal/detail_data/01e60085-c87f-4526-b831-acc3da7891ee.

<https://www.halalmui.org/mui14/main/page/sosialisasi-dan-promosi-halal>.
https://isef.co.id/presentation/ISEF2019/12Nov2019/Global%20Halal%20Dialogue/01_ISEF_2019_Peraturan%20Terbaru%20Jaminan%20Produk%20Halal_BPJP_H.pdf.

<https://business-law.binus.ac.id/2014/03/05/mencari-lembaga-alternatif-untuk-sertifikasi-halal/>