

JAMINAN PRODUK HALAL DI INDONESIA TERHADAP KONSUMEN MUSLIM

Fatimah Nur

Prodi Ekonomi Syariah, UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Fathimahnur896@gmail.com

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya muslim. Sebagai konsumen muslim berkewajiban untuk mengonsumsi produk yang halal sebagaimana telah diwajibkan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an. Sehingga pemerintah memiliki kewajiban untuk memberikan perlindungan kepada konsumen terutama konsumen muslim dalam memberikan jaminan produk halal. Sebagai bentuk perhatian pemerintah maka dibuatlah undang-undang jaminan produk halal sebagai payung hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen terutama konsumen muslim. Lahirnya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH) sesungguhnya semakin mempertegas betapa mendesaknya persoalan halal-haram dalam rantai produksi dari pelaku usaha hingga sampai di tangan konsumen dan dikonsumsi oleh konsumen, dimana terdapat pula peran pihak perantara seperti distributor, subdistributor, grosir, maupun pengecer sebelum sampai ke tangan konsumen akhir.

Kata kunci : Produk halal, Jaminan produk halal, konsumen muslim.

ABSTRACT

Indonesia is a country with a majority Muslim population. As a Muslim consumer, it is obligatory to consume halal products as required by Allah SWT in the Al-Qur'an. So that the government has an obligation to provide protection to consumers, especially Muslim consumers, in guaranteeing halal products. As a form of government attention, a law on guaranteeing halal products was made as a legal umbrella to provide protection to consumers, especially Muslim consumers. The birth of Law Number 33 of 2014 concerning Halal Product Guarantee (UUJPH) actually emphasizes the urgency of the halal-haram issue in the production chain from business actors to consumers and is consumed by consumers, where there is also a role for intermediaries such as distributors, sub-distributors, wholesalers, and retailers before it reaches the final consumer.

Keywords: Halal products, guaranteed halal products, Muslim consumers

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya muslim sehingga menjamin kehalalan produk-produk yang beredar di masyarakat menjadi suatu keharusan dan perhatian besar bagi pemerintah. Dengan besarnya kuantitas muslim di Indonesia menjadikan pasar konsumen muslim yang sangat besar. Sehingga kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan bagi para konsumen, terutama konsumen muslim. Tidak hanya dalam produk makanan saja melainkan produk minuman, obat-obatan, kosmetik dan barang-barang konsumsi lainnya juga harus memiliki dan memperhatikan kehalalan produknya.

Bagi umat Islam sendiri, mengkonsumsi makanan yang halal merupakan kewajiban untuk memenuhi perintah Allah SWT, di mana hal itu tersurat dalam Al-Qurán surat Al-Maidah ayat 88 yang artinya "Makanlah makanan yang halal lagi baik." Akan tetapi dalam era globalisasi, penetapan kehalalan suatu produk pangan tidak semudah saat teknologi belum berkembang. Dengan demikian, diperlukan adanya suatu jaminan dan kepastian akan kehalalan produk pangan yang dikonsumsi oleh umat Islam. Jaminan kehalalan suatu produk pangan dapat diwujudkan dalam bentuk sertifikat halal yang menyertai suatu produk pangan sehingga produsen dapat mencantumkan logo halal pada kemasannya.

Menanggapi kebutuhan tersebut dan didorong tanggung jawab untuk melindungi masyarakat, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mendirikan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika MUI (LPPOM MUI) pada 6 Januari 1989 sebagai upaya untuk memberikan kepastian mengenai kehalalan suatu produk pangan, obat-obatan, dan kosmetika. (Anton Apriyantono dan Nurbowo, 24)

Lahirnya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH) sesungguhnya semakin mempertegas betapa mendesaknya persoalan halal-haram dalam rantai produksi dari pelaku usaha hingga sampai di tangan konsumen dan dikonsumsi oleh konsumen, dimana terdapat pula peran pihak perantara seperti distributor, subdistributor, grosir, maupun pengecer sebelum sampai ke tangan konsumen akhir. Pemberlakuan UUJPH bertujuan agar pihak konsumen (masyarakat luas) mendapatkan kepastian hukum terhadap produk makanan dan barang konsumsi lainnya. Sedangkan bagi pelaku usaha, hadirnya UUJPH memberikan panduan bagaimana mengolah, memproses, memproduksi, dan memasarkan produk kepada masyarakat konsumen, serta bagaimana membuat informasi produk halal kepada konsumen.

UUJPH tidak hanya ditujukan untuk memberikan perlindungan dan jaminan kepada konsumen semata dengan pemberian sertifikasi halal. Produsen juga menuai manfaat dari UU ini yaitu dengan adanya kepastian hukum terhadap seluruh barang yang diproduksi, sehingga UUJPH akan berdampak positif bagi dunia usaha. Jaminan produk halal untuk setiap produk juga dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, mengingat produk yang bersertifikat halal akan lebih dipilih dan digemari konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan. Hal ini bukan saja diminati oleh muslim tetapi juga masyarakat non muslim, karena masyarakat non

muslim beranggapan bahwa produk halal terbukti berkualitas dan sangat baik untuk kesehatan tubuh manusia.

Dalam UU ini, penyelenggara JPH adalah Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) bekerja sama dengan LPH (Lembaga Pemeriksa Halal) dan MUI sebagai penerbit fatwa halal. BPJPH berada di bawah dan bertanggungjawab kepada menteri. Selain itu, UU ini memberikan kemudahan bagi pengusaha mikro mendapatkan bantuan dari APBN dan APBD. (Ma'ruf Amin, 79).

Metodologi

Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif mengacu pada identifikasi sifat-sifat yang membedakan atau karakteristik sekelompok manusia, benda, dan peristiwa. Pada dasarnya, deskriptif kualitatif melibatkan proses konseptualisasi dan menghasilkan pembentukan skema-skema klasifikasi. Selain menggambarkan karakteristik dari suatu gejala atau masalah yang diteliti, kajian ini juga fokus pada pertanyaan dasar 'bagaimana' dengan berusaha mendapatkan dan menyampaikan fakta-fakta dengan jelas, teliti, dan lengkap tanpa banyak detail yang tidak penting. (Ulber Silalahi, , 2010:27-28). Proses pengambilan kesimpulan dalam kajian ini didasarkan pada satu atau dua fakta atau bukti-bukti. Data yang digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari publikasi yaitu buku-buku, jurnal, surat kabar, *website*, serta dokumen kebijakan yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas.

PEMBAHASAN

Halal merupakan istilah dari bahasa Arab yang artinya diperbolehkan, legal, dan sesuai hukum Islam atau syariah. Jika dikaitkan dengan produk farmasetik, makanan, dan minuman, maka halal dapat dimaknai sebagai produk farmasetik, makanan atau minuman yang diperbolehkan untuk dikonsumsi oleh seorang muslim. (Ma'ruf Amin, 79)

Berikut berbagai aturan tentang kehalalan dan keharaman suatu produk:

1. Segala sesuatu pada dasarnya adalah diperbolehkan, dengan beberapa pengecualian yang dilarang secara khusus.
2. Menghalalkan dan mengharamkan suatu produk apapun merupakan hak Allah SWT semata.
3. Mengharamkan yang halal dan menghalalkan yang haram serupa dengan syirik (mensekutukan Allah SWT).
4. Alasan mendasar diharamkannya segala sesuatu adalah timbulnya keburukan dan bahaya.
5. Pada yang halal terdapat sesuatu yang bisa menghindarkan dari yang haram. Allah SWT hanya melarang segala sesuatu yang diperlukan dengan menggantinya dengan sesuatu pilihan yang lebih baik.
6. Apapun yang membawa ke produk non-halal adalah tidak diperbolehkan.

7. Bersiasat atas produk yang non-halal adalah tidak dibenarkan.
8. Niat yang baik tidak dapat membenarkan yang haram.
9. Menjauhkan diri dari sesuatu atau produk yang *syubhat* (meragukan) adalah dianjurkan karena takut terjatuh pada produk yang non-halal.
10. Tidak ada memilah-milah terhadap suatu produk non halal.

Sedangkan menurut UU JPH, produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai syariat Islam dan jaminan produk halal adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal. Sedangkan di dalam Al-Qur'an ditegaskan bahwa makanan dan minuman yang diharamkan adalah bangkai, darah, babi, dan daging hewan yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah SWT, serta *Khamr* atau minuman yang memabukkan.

Sebenarnya apa yang diharamkan Allah SWT untuk dimakan jumlahnya sangat sedikit. Selebihnya, apa yang ada di muka bumi ini pada dasarnya adalah halal, kecuali yang dilarang secara tegas dalam Al Qur'an dan Hadits. Jadi secara umum dapat diartikan bahwa produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam (Ahmad Yusro Arifin, 19-20), yaitu :

1. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
2. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran, dan lain sebagainya.
3. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.
4. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur dalam syariat Islam.
5. Semua makanan yang tidak mengandung khamr.

Namun perkembangan teknologi telah menciptakan aneka produk olahan yang kehalalannya diragukan. Banyak dari bahan-bahan haram tersebut yang dimanfaatkan sebagai bahan baku, bahan tambahan, atau bahan penolong pada berbagai produk olahan, karena dianggap lebih ekonomis. Akibatnya kehalalan dan keharaman sebuah produk seringkali tidak jelas karena bercampur aduk dengan bahan yang diragukan kehalalannya. Hal ini menyebabkan berbagai macam produk olahan menjadi syubhat atau meragukan dan tidak jelas status kehalalannya. Berdasarkan hal tersebut di atas, maka Komisi Fatwa MUI menyimpulkan bahwa semua produk olahan pada dasarnya adalah syubhat. Oleh karena itu diperlukan kajian dan penelaahan sebelum menetapkan status halal atau haramnya suatu produk. Hal ini dilakukan untuk melindungi umat Islam dalam mengkonsumsi suatu produk.

Undang- Undang Jaminan Produk Halal

Doktrin *halalan thayyib* (halal dan baik) sangat perlu untuk diinformasikan secara efektif dan operasional kepada masyarakat disertai dengan tercukupinya sarana dan prasarana. Salah satu sarana penting untuk mengawal doktrin halalan thayyib adalah dengan hadirnya pranata hukum yang mapan, sentral, humanis, progresif, akomodatif dan tidak diskriminatif yakni dengan hadirnya Undang- Undang Jaminan Produk Halal. (Sofyan Hasan, 351).

Beberapa faktor yang mendasari pentingnya UU-JPH antara lain, *pertama* berbagai peraturan perundang-undangan yang telah ada yang mengatur atau yang berkaitan dengan produk halal belum memberikan kepastian hukum dan jaminan hukum bagi konsumen untuk dapat mengkonsumsi produk halal, sehingga masyarakat mengalami kesulitan dalam membedakan antara produk yang halal dan produk yang haram. Selain itu, pengaturan produknya masih sangat terbatas hanya soal pangan dan belum mencakup obat-obatan, kosmetika, produk kimia biologis, maupun rekayasa genetik. *Kedua*, tidak ada kepastian hukum kepada institusi mana keterlibatan negara secara jelas di dalam jaminan produk halal. Sistem yang ada belum secara jelas memberikan kepastian wewenang, tugas, dan fungsi dalam kaitan implementasi JPH, termasuk koordinasinya. *Ketiga*, peredaran dan produk di pasar domestik makin sulit dikontrol akibat meningkatnya teknologi pangan, rekayasa teknomoli, bioteknologi, dan proses kimia biologis.

Keempat, produk halal Indonesia belum memiliki standar dan tanda halal resmi (standar halal nasional) yang ditetapkan oleh pemerintah sebagaimana di Singapura, Amerika Serikat, dan Malaysia. *Kelima*, sistem informasi produk halal belum sesuai dengan tingkat pengetahuan dan kebutuhan masyarakat tentang produk-produk yang halal.

Setelah melewati proses yang panjang akhirnya DPR mengesahkan Undang-Undang Nomor 33 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH). Undang-undang tersebut digagas oleh DPR RI periode tahun 2004-2009 dan kemudian dibahas oleh DPR RI bersama pemerintah pada periode 2009-2014. Yang cukup menarik adalah semua fraksi di DPR yang merupakan perwakilan dan perpanjangan tangan dari partai politik secara aklamasi memberikan persetujuan terhadap UUJPH. RUU Jaminan Produk Halal (RUU-JPH) sempat mendapatkan penolakan dari Fraksi Partai Damai Sejahtera (PDS). Melalui anggotanya PDS menolak jaminan produk halal ini diatur undang-undang. Pemahaman tentang halal tidaknya sebuah produk atau makanan menurut partai tersebut cukup diserahkan kepada agamanya sendiri untuk memberikan aturan.

RUU ini hal positif bagi umat Islam, tetapi di sisi lain mungkin sebaliknya untuk umat agama lain. Seperti halnya daging babi, untuk umat Islam daging babi sebuah makanan yang haram, tapi sebaliknya untuk umat Kristen mengkonsumsi babi diperbolehkan. Artinya, haramnya umat Islam belum tentu haram untuk umat beragama lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa haram atau tidaknya sebuah makanan tidak bisa dimonopoli oleh agama. Meski begitu, PDS

tidak meminta RUU-JPH dihentikan dibahas. Mereka ingin melihat substansi dari undang-undang tersebut yang harus meliputi prinsip keadilan dan kesetaraan, sehingga diperlukan adanya perubahan-perubahan dalam RUU tersebut agar dapat diterima oleh seluruh warga negara Indonesia. Dalam proses berikutnya, RUU-JPH terus melaju dan kekhawatiran PDS tersebut pelan-pelan mulai terjawab. Perdebatan demi perdebatan yang menjadi ciri khas di dalam perumusan perundang-undangan menjadi bumbu penyedap. Semua itu menggambarkan dinamika perumusan perundang-undangan yang terjadi. Melalui jalan berliku yang seperti itu, akhirnya RUU-JPH ini disepakati dan disahkan DPR.

UUJPH dapat disebut sebagai formalisasi syariat Islam yang masuk dan meresap ke dalam hukum nasional melalui proses legislasi sebagaimana halnya undang-undang yang lebih dahulu dikodifikasi karena 'terinspirasi' oleh syariat Islam seperti Undang-Undang Zakat, Undang-Undang Perkawinan, Undang-Undang Wakaf, Undang-Undang Penyelenggaraan Ibadah Haji, Undang-Undang Peradilan Agama, Undang-Undang Perbankan Syariah dan sebagainya, meskipun tidak secara langsung disebutkan syariat Islam sebagai hukum Islam. Hal semacam ini dapat dipahami mengingat persoalan yang terus berkembang dan semakin kompleks sesuai dengan perkembangan zaman. (Ija Suntana, 2014: 83). Indonesia sebagai negara dengan ciri masyarakat yang religius dan memiliki keyakinan agama yang kuat sehingga mempengaruhi norma, nilai, budaya dan perilaku pemeluknya. Konstitusi Negara Republik Indonesia mengakui religiusitas tersebut sebagaimana tertuang dalam Pasal 29 UUD 1945 yang berdasarkan Ketuhanan. (Masdar Farid Masudi, 2010)

Kebutuhan Jaminan Produk Halal bagi Konsumen

Seorang muslim didorong untuk memperoleh makanan, obat, dan kosmetika yang halal dengan standar kualitas yang tinggi. Bagi seorang muslim, sudah menjadi kewajibannya untuk mengonsumsi produk apapun yang halal. Bagi konsumen non muslim, makanan atau produk halal sering dianggap sebagai makanan dengan standar kualitas tertinggi. (Abdul Rohman, 2012: 2). Berdasarkan survei internal LPPOM MUI pada tahun 2009, minat masyarakat terhadap produk halal mencapai 70 persen. Angka tersebut terus meningkat hingga tahun 2012 yang mencapai 92,2 persen. (Direktori Produk Halal 2013-2014: 6).

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. Sedangkan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen merupakan konsekuensi dan bagian dari kemajuan teknologi dan industri. Kemajuan teknologi dan industri tersebut telah memperkuat perbedaan antara masyarakat tradisional dan masyarakat modern. Perlindungan konsumen juga memiliki hubungan erat dengan globalisasi ekonomi yang membuka akses masuk semua barang dan/atau jasa dari negara lain. (Zulham, 2013 : 2). Perlindungan konsumen di Indonesia mulai populer pada tahun 1970-an dengan berdirinya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI).

Pelaksanaan perlindungan konsumen terkait kehalalan produk diatur melalui UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan PP Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan yang salah satu pasalnya mengatur kewajiban produsen untuk memeriksakan kehalalan produknya terlebih dahulu sebelum mencantumkan label "halal" pada produknya. Sedangkan tata cara pencantuman tulisan halal pada label makanan diatur melalui Keputusan Dirjen POM Nomor HK. 00.06.3.00568 yang antara lain menjelaskan bahwa pencantuman tulisan "halal" pada label makanan diberikan oleh Dirjen Pengawas Obat dan Makanan (POM) setelah mendapatkan hasil penilaian dari tim penilai yang terdiri dari Kementerian Kesehatan, Kementerian Agama dan MUI.

Peraturan perundang-undangan tentang pangan halal tersebut, sesungguhnya tidak bertentangan dengan sistem perdagangan dunia internasional yang menganut pasar bebas, seperti Pasar Bebas ASEAN *Free Trade Area* (AFTA), *North America Free Trade Area* (NAFTA), Masyarakat Ekonomi Eropa (*European Union*), dan Organisasi Perdagangan Internasional (*World Trade Organization*). Meskipun pencantuman label halal pada sebuah produk makanan masih bersifat suka rela (*voluntary*).

Antusiasme perusahaan produk pangan nasional maupun internasional untuk mencantumkan label halal pada kemasan produk pangan cukup besar. Kegiatan pencantuman label halal pada kemasan produk pangan sesungguhnya akan menguntungkan produsen. Di samping penerapan label halal pada kemasan produk pangan, diterapkan juga pemberian sertifikat halal kepada produk pangan cepat saji yang ada di restoran-restoran. Pemberian sertifikat halal pada penyedia makanan cepat saji bertujuan menjamin kehalalan produk. Di sisi lain, adanya sertifikat halal yang mereka miliki, merupakan jaminan bagi masyarakat yang mengkonsumsinya. (Pidato Ketua DPR RI, 2012).

Hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, pada dasarnya adalah hubungan hukum yang berbentuk perjanjian timbal balik seperti perjanjian jual beli, perjanjian sewa menyewa, dan lain-lain. Setiap perjanjian yang dibuat secara sah akan mengakibatkan akibat hukum berupa hak dan kewajiban. Kehalalan suatu produk juga penting bagi pelaku usaha karena memiliki nilai tambah terhadap produk yang akan dijual. Hal ini mengingat bahwa pasar konsumen produk halal terus meningkat setiap tahunnya, baik di pasar domestik maupun pasar internasional. Kehalalan suatu produk juga dapat mendorong tingkat penjualan produk secara signifikan sebab sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Itu berarti akan menaikkan nilai ekonomis produk dan mendorong pertumbuhan ekonomi ke arah yang lebih baik.

Penelitian yang dilakukan Yayat Supriyadi menghasilkan bahwa kebijakan labelisasi halal yang digunakan oleh produk industri makanan yang berada di wilayah Jabodetabek sangat berpengaruh secara signifikan terhadap hasil penjualan produk industri makanan di Indonesia. Oleh karena itu, dampak kebijakan labelisasi halal tersebut terhadap ketahanan

perusahaan yang menggunakan label halal dan telah mendapatkan sertifikasi halal dari pemerintah-pun adalah sangat signifikan. (Yayat Supriyadi, 2014).

Selain itu, Ashari dalam penelitiannya menyampaikan bahwa Kehalalan suatu produk pangan, obat-obatan, dan kosmetika bukan hal yang mudah diketahui, melainkan diperlukan suatu kajian khusus yang cukup mendalam. Kajian tersebut memerlukan pengetahuan dalam bidang-bidang pangan, kimia, biokimia, teknologi industri dan didukung oleh pemahaman IPTEK dan Syariat Islam. Dengan demikian, integrasi antara pemahaman IPTEK dan Syariat Islam diperlukan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua orang muslim akan dengan mudah mengetahui status kehalalan atau keharaman suatu produk yang akan dikonsumsinya. Sertifikasi halal bertujuan memberikan kepastian hukum dan perlindungan hukum terhadap konsumen serta meningkatkan daya saing produk nasional dalam negeri. Ketentuan sertifikasi produk halal memiliki dua sasaran utama, yaitu (a) melindungi konsumen dengan tersedianya produk yang kehalalannya dilindungi dan dijamin oleh hukum dan (b) memberi keuntungan pada produsen dengan meningkatkan daya saing dan omzet produksi dan penjualan. Sasaran-sasaran tersebut akan tercapai apabila memerhatikan sertifikasi produk halal nasional, standarisasi proses sertifikasi beserta alat ukurnya, sistem sertifikasi, prinsip pengaturan untuk tujuan apa sertifikasi harus dilaksanakan dan lembaga sertifikasi, perlengkapan, teknologi, laboratorium yang memenuhi standar, serta jangka waktu berlakunya sertifikat halal. Sertifikasi juga harus menjangkau bahan baku, bahan tambahan maupun bahan penolong dalam bentuk "bukan kemasan" yang tidak diecerkan untuk bahan produk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan produk lainnya yang beredar di masyarakat.

Berbagai jajak pendapat tentang produk halal telah dilakukan, di antaranya oleh situs *indohalal.com*, Yayasan Halalan Thoyyiban, dan LPPOM MUI. Survei yang dilakukan Yayasan Halalan Thoyyiban dan LPOM MUI pada tahun 2002 menunjukkan gambaran yang jelas bahwa sebanyak 77,6 persen responden menjadikan jaminan kehalalan sebagai pertimbangan pertama dalam berbelanja produk (makanan, minuman, kosmetik, dan restoran) dan sebanyak 93,9 persen setuju bila pada setiap kemasan produk bersertifikat halal, wajib dicantumkan label dan nomor sertifikat halal. (Anton Apriyantono dan Nurbowo, 2003: 2-3). Angka tersebut tidak berbeda jauh dengan hasil jajak pendapat sebelumnya yang dihimpun *indohalal.com* pada awal Maret 2001. Melalui penyebaran kuesioner pada seminar dan pameran internasional produk halal di Istiqlal yang juga diikuti responden nonmuslim, jajak pendapat tersebut menghasilkan sebanyak 86,8 persen konsumen memilih kehalalan sebagai pertimbangan utama belanja, sebanyak 65,2 persen setuju produsen diwajibkan mencantumkan label dan nomor sertifikat halal pada kemasan produk, dan sebanyak 97 persen menyatakan perlu UU khusus yang mengaturnya, dan sebanyak 83 persen dari konsumen mengharap ada sanksi tegas bagi pelanggarnya. Survei *Frontier* pada tahun 2001 juga memperkuat hasil-hasil tersebut, sebanyak 57,9 persen dari konsumen selalu memerhatikan label halal, sebanyak 86 persen dari konsumen ingin pencantuman label halal

ini diwajibkan, sebanyak 66,2 persen dari konsumen memilih mencari alternatif lain sebagai pengganti produk bila mendapatkan makanan yang tidak berlabel halal, dan sebanyak 40,6 persen dari konsumen bersedia membayar lebih mahal untuk produk halal.

Perilaku Konsumen Muslim

Perilaku konsumen seperti perilaku pada umumnya dipengaruhi oleh aspek kultural, sosial, personal, dan karakteristik psikologis. Faktor kultural dianggap yang paling besar pengaruhnya terhadap keinginan dan perilaku seseorang. Agama merupakan elemen kunci dalam kultur kehidupan yang mempengaruhi perilaku dan keputusan membeli. (Babakus, Emin, T. Bettina Cornwell, Vince Mitchell, Bodo Schlegelmilch (2004): 254 – 263)

Religion is a system of beliefs and practices by which group of people interprets and responds to what they feel is supernatural and sacred. (Shafie S, Othman N Md, 2009).

Pada umumnya agama mengatur tentang apa-apa yang diperbolehkan dan apa yang dilarang untuk dilakukan, termasuk perilaku konsumsi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa agama merupakan keyakinan dan nilai-nilai dalam menginterpretasi kehidupan yang diekspresikan menjadi suatu kebiasaan.

Agama dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan perilaku pada, khususnya pada keputusan membeli bahan makanan dan kebiasaan makan. (Bonne, Karijn et Wim Verbeke, 2006)

Seperti juga dikemukakan oleh Schiffman dan Kanuk (1997) yang menyatakan bahwa keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh identitas agama mereka. Oleh karena itu, sebagai penganut agama Islam, maka keputusan untuk memilih dan membeli barang akan tidak hanya memperhatikan dari segi kebutuhan dan biaya yang harus dikeluarkan tetapi yang paling penting adalah sejauhmana barang yang dikonsumsi akan memberikan masalah (manfaat dan berkah) secara maksimum.

SIMPULAN

Agama merupakan kebutuhan transenden manusia, karena manusia yang dilahirkan ke dunia sudah dibekali fithrah oleh Allah SWT yaitu kecenderungan dalam fitrahnya ada kesiapan alamiah untuk memahami keindahan ciptaan Allah dan menjadikannya sebagai bukti keberadaan Allah dan Nya. Pangan merupakan sumber energi dan kebutuhan fisiologis manusia dicerna dan dimetabolisme, diubah oleh proses kimiawi tubuh dan diubah menjadi sel darah yang menyebar ke seluruh tubuh termasuk sel saraf limbik sebagai pusat pengatur perilaku manusia.

Dengan semakin berkembangnya teknologi sehingga memudahkan dalam mengolah bahan mentah menjadi barang jadi, akan tetapi perlu diperhatikan proses dalam pengolahannya terutama dalam makanan karena harus sesuai syariah. Selain besarnya kuantitas penduduk muslim di Indonesia sehingga pasar produk halal sangat besar. Konsumen muslim

mengonsumsi produk halal sebagai suatu kebutuhan dimana telah diwajibkan oleh Allah di dalam Al-Qur'an.

Perlindungan konsumen merupakan konsekuensi dan bagian dari kemajuan teknologi dan industri. Kemajuan teknologi dan industri tersebut telah memperkuat perbedaan antara masyarakat tradisional dan masyarakat modern. Perlindungan konsumen juga memiliki hubungan erat dengan globalisasi ekonomi yang membuka akses masuk semua barang dan/atau jasa dari negara lain.

Pelaksanaan perlindungan konsumen terkait kehalalan produk diatur melalui UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan PP Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan yang salah satu pasalnya mengatur kewajiban produsen untuk memeriksakan kehalalan produknya terlebih dahulu sebelum mencantumkan label "halal" pada produknya.

Maka dengan dibuatnya undang-undang tentang jaminan produk halal pemerintah memberikan perhatian besar dan menjamin bahwa semua produk yang beredar di masyarakat harus memiliki sertifikasi halal dari MUI, sehingga konsumen merasa puas dan mendapatkan perlindungan terutama oleh konsumen muslim.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rohman, *Pengembangan dan Analisis Produk Halal*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), hal. 2.
- Ahmad Yusro Arifin, "Urgensi Sertifikasi Halal Bagi Upaya Perlindungan Konsumen di Indonesia", *Skripsi*, Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia, 2011, hal. 19-20.
- Anton Apriyantono dan Nurbowo, *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*, (Jakarta: Khairul Bayaan, 2003), hal. 24.
- Apap Nazihah dan Bambang Samsul Arifin, "The Impact of Food on Muslims Spiritual Development". UIN Sunan Gunung Djati. Vol. 2 No. 1, 2020. hal. 6.
- Babakus, Emin, T. Bettina Cornwell, Vince Mitchell, Bodo Schlegelmilch (2004). Reactions to unethical consumer behavior across six countries *Journal of Consumer Marketing* Volume: 21 Issue: 4 Halaman: 254 – 263
- Bonne, Karijn et Wim Verbeke (2006). Muslim consumer's motivations towards meat consumption in Belgium: qualitative exploratory insights from means-end chain analysis, <http://aof.revues.org/document90>.html
- Delener, Nejdert (1994). Religious Contrasts in Consumer Decision Behaviour Patterns: Their Dimensions and Marketing Implications (Abstract). *European Journal of Marketing*. 1994 Volume: 28 Issue: 5 Halaman: 36 – 53
- Direktori Produk Halal 2013-2014*, (Jakarta: Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah Ditjen Bimbingan Masyarakat Agama RI, 2013), hal. 6.

- Fraksi PDS Tolak Jaminan Produk Halal dijadikan Undang-undang, hukumonline.com sebagaimana dalam, <http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol21214/fraksi-pds-tolak-jaminan-produk-halal-dijadikan-uu>.
- Hukumonline.com, UU Jaminan Produk Halal Memberikan Kepastian Hukum Kepada Konsumen, sebagaimana dalam <http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt54241d9c5a5ed/uu-jaminan-produk-halal-berikan-kepastian-hukumbagi-konsumen>
- Ija Suntana, Politik Hukum Islam, Bandung: CV Pustaka Setia, 2014, h. 83.
- “Kewajiban Mengkonsumsi Makanan Halal”, (http://www.halalmui.org/newMUI/index.php/main/go_to_section/14/39/page/1, diakses 20 Maret 2014).
- “LPPOM MUI: Pelopor Standar Halal & Pendiri Dewan Pangan Halal Dunia”, (http://www.halalmui.org/newMUI/index.php/main/go_to_section/2/31/page/1, diakses 17 Maret 2014).
- Ma’ruf Amin, Fatwa Produk Halal Melindungi dan Menentramkan, Jakarta: Pustaka Jurnal Halal, 2010, h. 79.
- Masdar Farid Masudi, Syarah Konstitusi UUD 1945 dalam Perspektif Islam, Jakarta: Pustaka Alvabet, 2010, h. XIII
- Naskah Akademik RUU-JPH, h. 6-7
- Pasal 1 butir 1 dan butir 2 PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
- PDS Tolak RUU Jaminan Produk Halal, republika.co.id sebagaimana dalam <http://www.republika.co.id/berita/shortlink/31828>
- “Perdagangan antar Negara Muslim: Peran Indonesia-Asia dalam Bisnis Halal”, Pidato Ketua DPR RI disampaikan pada Konvensyen Halal Berasaskan Dinar Dirham Sempena Ekspo Perdagangan Dunia Islam 2012, Kelantan Trade Centre, 18 Juni 2012.
- “Penelitian:Definisi,Metode,Tujuan,danParadigma”,(http://usupress.usu.ac.id/files/Metode%20Penelitian%20Bisnis_Final_normal_bab%20%201.pdf, diakses 20 November 2014).
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam.(2008). *Ekonomi Islam*.Pt Raja Grafindo Persada: Jakarta
- R. Ashari, “Sertifikasi Halal dan Labelisasi Halal dalam Rangka Perlindungan Konsumen Muslim”, *Skripsi*, Fakultas Hukum, Universitas Indonesia, 2006, (<http://lontar.ui.ac.id/opac/themes/green/dataIdentifier.jsp?id=111380> , diakses 14 Maret 2014).
- Shafie S, Othman N Md, (2006). *Halal Certification: an international marketing issues and challenges*. http://www.ctwcongress.de/ifsam/download/track_13/pap00226.pdf. diakses pada 14 November 2009.

Sofyan Hasan, *Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif, Regulasi dan Implementasinya di Indonesia*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014, h. 351

“Tinjauan Pustaka: Beberapa Teori Perlindungan Hak-Hak Konsumen *dalam* E-Commerce, (<http://e-journal.uajy.ac.id/319/4/2MIH01712.pdf>, diakses 21 Maret 2014).

Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Refika Aditama, 2010), hal. 27-28.

“UU Jaminan Produk Halal Berikan Kepastian Hukum Bagi Konsumen”, (<http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt54241d9c5a55ed/uu-jaminan-produk-halal-berikan-kepastian-hukum-bagi-konsumen>, diakses 20 November 2014).

Yayat Supriyadi, “Pengaruh Kebijakan Labelisasi Halal terhadap Hasil Penjualan Produk Industri Makanan dan Dampaknya pada Ketahanan Perusahaan”, *Tesis*, Pasca

Sarjana UI, (<http://lontar.ui.ac.id/opac/themes/libri2/detail.jsp?id=100497&lokasi=lokal>, diakses 12 Maret 2014).

Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hal.2.