

Perlindungan Konsumen dari Penggunaan Label Halal Tidak Resmi oleh UMKM Produk Makanan Perspektif Hukum Positif dan Islam

Surya Wirabayu¹, Parida Angriani^{2*}

¹²Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram

*email korespondensi: angrianiparida@uinmataram.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengkaji praktik penggunaan simbol halal yang tidak memiliki legitimasi resmi pada produk makanan UMKM di wilayah Sekarbela, Kota Mataram, dengan pendekatan hukum positif dan fiqh muamalah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan yuridis normatif dan empiris, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi konsumen Muslim, label halal dipandang sebagai jaminan utama atas kehalalan produk, sedangkan bagi konsumen non-Muslim, label tersebut berfungsi sebagai indikator kualitas dan keamanan pangan. Di sisi lain, pelaku usaha pada umumnya memahami urgensi sertifikasi halal, namun menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan biaya, rendahnya pemahaman, serta kompleksitas prosedur sertifikasi. Dalam perspektif fiqh muamalah, penggunaan simbol halal tanpa sertifikasi resmi mengandung unsur *tadlis* (penipuan) dan *gharar* (ketidakjelasan), sehingga bertentangan dengan prinsip kejujuran dan perlindungan terhadap hak konsumen. Sementara itu, dalam hukum positif, praktik tersebut melanggar ketentuan mengenai kewajiban sertifikasi halal dan larangan penyampaian informasi yang menyesatkan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan. Oleh karena itu, diperlukan penguatan peran pemerintah melalui peningkatan sosialisasi, penyederhanaan prosedur, serta penegakan hukum yang konsisten guna menjamin perlindungan konsumen dan mendorong kepatuhan pelaku usaha terhadap standar kehalalan produk.

Kata kunci: Hukum Positif, Hukum Islam, Label Halal, Perlindungan Konsumen, UMKM

Pendahuluan

Perlindungan konsumen merupakan aspek penting dalam menjamin keadilan dan keamanan dalam aktivitas ekonomi, khususnya di tengah berkembangnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Dalam praktiknya, konsumen sering kali berada pada posisi yang lemah akibat keterbatasan informasi terhadap produk yang dikonsumsi. Salah satu isu yang mengemuka adalah penggunaan label halal yang tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Hal ini menjadi perhatian serius, terutama di daerah dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Lombok. Keberadaan label halal seharusnya memberikan rasa aman dan kepastian bagi konsumen dalam memilih produk. Namun, realitas di lapangan menunjukkan adanya penyimpangan dalam penggunaan label tersebut. Kondisi ini menimbulkan persoalan hukum, baik dari perspektif hukum positif maupun hukum Islam.¹

¹ Zainun Arifin, Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal Non-Sertifikasi Di Marketplace Digital, JSE, Volume 4 Nomor 1,

Dalam perspektif hukum Islam, perlindungan terhadap hak konsumen berlandaskan pada prinsip keadilan (*al-'adl*), serta larangan terhadap unsur ketidakpastian (*gharar*) dan kezaliman (*zhulm*). Syariat menegaskan bahwa setiap transaksi harus dilaksanakan secara jujur, terbuka, dan dapat dipertanggungjawabkan, sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an (QS. Al-Baqarah: 282) dan hadis Nabi SAW (HR. Muslim No. 102). Berbagai bentuk kecurangan seperti penimbunan barang (*ihtikar*), penipuan (*tadlis*), serta penjualan barang cacat tanpa penjelasan yang memadai dilarang dalam Islam. Selain itu, dikenal konsep *khiyar*, yaitu hak bagi pihak yang bertransaksi untuk membatalkan akad apabila ditemukan cacat atau ketidaksesuaian. Prinsip-prinsip tersebut bertujuan mewujudkan keadilan dan kepastian dalam praktik muamalah. Hal ini sejalan dengan prinsip kemaslahatan dalam kerangka *maqashid syariah*.²

Di Indonesia, praktik penyalahgunaan label halal masih menjadi perhatian, termasuk pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pada tahun 2023, hasil pengawasan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan bersama Majelis Ulama Indonesia menemukan adanya produk pangan yang mencantumkan label halal tidak sah, seperti pada produk minuman olahan³, selain itu pada bulan April 2025 BPJH dan BPOM mengeluarkan siaran resmi terkait temuan kandungan DNA babi pada sembilan (9) produk pangan tanpa sertifikat resmi dari BPJPH.⁴ Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pengawasan terhadap jaminan produk halal masih perlu diperkuat di berbagai daerah, berdasarkan hasil observasi terbatas di wilayah Kecamatan Sekarbela, ditemukan indikasi bahwa sebagian pelaku UMKM masih mencantumkan logo halal secara mandiri tanpa melalui proses verifikasi bahan baku maupun proses produksi.⁵ Beberapa di antaranya bahkan menggunakan bahan yang belum terjamin kehalalannya, seperti bumbu instan tanpa sertifikasi dan penggunaan minyak goreng bekas yang berpotensi terkontaminasi. Praktik tersebut bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal serta prinsip hukum Islam karena mengandung unsur *gharar* dan *tadlis*. Majelis Ulama Indonesia wilayah Nusa Tenggara Barat mengimbau masyarakat untuk meningkatkan verifikasi kehalalan produk serta mendorong UMKM memanfaatkan program sertifikasi halal gratis melalui BPJPH.⁶ Selain itu, pemerintah dan Majelis

Januari 2025, hlm. 123-124

² A. A. Al-Qudah, "Consumer Protection in Islamic Law," *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 12, Nomor 3 Tahun 2019, hlm 345-360.

³ Sugeng Pamuji, Temuan Pelanggaran, BPJH Cabut Sertifikat Halal Nabidz, <https://kemenag.go.id/nasional/temuan-pelanggaran-bpjph-cabut-sertifikat-halal-nabidz-RuOuo>

⁴ MUI digital, Temuan BPJH Produk Mengandung DNA Babi, Begini Penjelasan Lengkap LPPOM, <https://mui.or.id/baca/berita/terkait-temuan-bpjph-ada-produk-mengandung-dna-babi-dirut-lppom-mui-setelah-dicek-laboratorium-tidak-terbukti>

⁵ Observasi, 11 Juni 2025

⁶ Majelis Ulama Indonesia, Fatwa No. 4 Tahun 2023 tentang Sertifikasi Halal dan Larangan Penipuan Konsumen (Jakarta: Komisi Fatwa MUI, 2023), poin 2.

Ulama Indonesia memperkuat sosialisasi sertifikasi halal serta penegakan sanksi. Upaya ini dilakukan karena penggunaan simbol halal tidak resmi berdampak signifikan, seperti menyesatkan konsumen Muslim, merugikan UMKM bersertifikat, serta berpotensi merusak citra produk lokal dan pariwisata halal di Mataram.

Penggunaan simbol halal yang tidak resmi menyebabkan berbagai dampak signifikan. Bagi Konsumen Muslim, situasi ini beresiko menyesatkan dan dapat mengakibatkan konsumsi produk yang kehalalannya diragukan⁷, terutama di wilayah religius seperti Lombok. Di sisi lain, pelaku UMKM yang sudah memiliki sertifikat halal dirugikan karena harus bersaing dengan produk berlabel palsu yang biasanya lebih murah. Praktik tersebut dapat berpotensi menghancurkan kepercayaan masyarakat terhadap barang-barang lokal, bahkan dapat menyebabkan dampak yang lebih signifikan pada reputasi pariwisata halal di Mataram. Akibatnya persoalan ini tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga secara sosial dan ekonomi.

Secara konseptual, kajian mengenai halal di Indonesia selama ini lebih banyak berfokus pada aspek regulasi, efektivitas sertifikasi, serta dampak ekonomi terhadap UMKM dengan penekanan pada perspektif hukum positif dan kebijakan publik. Namun demikian, kajian yang secara khusus menganalisis penggunaan simbol halal tidak resmi dalam perspektif fiqh muamalah masih terbatas, padahal fenomena tersebut nyata terjadi di masyarakat, khususnya pada pelaku UMKM di wilayah Sekarbela. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara teori dan praktik, di mana regulasi hukum positif telah mengatur kewajiban sertifikasi halal secara tegas, tetapi dalam praktiknya masih ditemukan pelanggaran berupa penggunaan simbol halal tanpa otorisasi. Di sisi lain, prinsip-prinsip fiqh muamalah seperti al-'adl, larangan gharar, dan tadlis belum banyak diintegrasikan dalam analisis perlindungan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mengintegrasikan perspektif hukum positif dan fiqh muamalah dalam menganalisis perlindungan konsumen terhadap penggunaan simbol halal tidak resmi pada produk makanan, sebagaimana diangkat dalam penelitian ini dengan studi kasus pada UMKM Sekarbela.

Kajian Pustaka

1. Konsep Fiqih Muamalah

Fiqh Muamalah merupakan cabang hukum Islam yang secara khusus mengatur tata cara interaksi ekonomi dan sosial antara individu maupun kelompok dalam masyarakat. Ia tidak hanya bersifat

⁷ Siti Nurhaliza, dkk, Dampak Sertifikasi Halal Terhadap Kepercayaan Konsumen, Al Buyu': Jurnal Hukum Ekonomi Syar'ah, Vol.2, No1, November 2025, hlm.115

normatif, tetapi juga reflektif terhadap nilai-nilai keadilan, kejujuran, tanggungjawab, dan keseimbangan dalam kepemilikan dan distribusi harta

a. Prinsip Dasar Dalam Muamalah :⁸

Fiqh muamalah dalam sistem Islam didasarkan pada sejumlah asas pokok yang menjadi pijakan bagi seluruh aktivitas ekonomi syariah. Berikut prinsip-prinsip inti:

- 1) Asas Kesukarelaan (At-Taradhi), transaksi harus dilakukan atas dasar kesepakatan dan kerelaan kedua belah pihak.
- 2) Asas Keadilan (Al-'Adl), setiap transaksi harus adil dan tidak merugikan salah satu pihak.
- 3) Asas Pelarangan Riba, praktik riba (bunga) dilarang dalam transaksi keuangan.
- 4) Asas Penghindaran Ketidakpastian (Gharar), transaksi harus bebas dari ketidakpastian dan spekulasi yang berlebihan.
- 5) Asas Kemaslahatan, transaksi harus memberikan manfaat dan kebaikan bagi masyarakat.
- 6) Asas Kejujuran, para pihak harus jujur dalam menyampaikan informasi dan kondisi barang atau jasa.
- 7) Asas Anti Monopoli, praktik monopoli yang merugikan konsumen dan pasar harus dihindari.
- 8) Asas Anti Monopoli, praktik monopoli yang merugikan konsumen dan pasar harus dihindari.

2. Etika Bisnis Islam dan Tanggung Jawab Produsen

a. Menjamin Kualitas Produk

Produsen wajib memastikan barang atau jasa yang dijual halal, berkualitas, dan aman. Dalil: Hadis Riwayat Abu Dawud: "Barangsiapa menjual barang cacat tanpa menjelaskannya, maka ia terus-menerus berada dalam murka Allah."

b. Tidak Menipu (Tadlis)

Dilarang mengurangi takaran, menyembunyikan cacat, atau melakukan iklan menyesatkan. Dalil: QS. Al-Isra' 17:35: "Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar."

c. Menghindari Monopoli (Ihtikar)

Dilarang menimbun barang kebutuhan pokok untuk menaikkan harga. Dalil: Hadis Riwayat Abu Dawud: "Orang yang menimbun barang (untuk maharkan) adalah pendosa."

⁸ Najiha Azzahra, dkk., Prinsip-Prinsip Muamalah dalam Perspektif Ekonomi Islam, Jurnal Mahasiswa Kreatif Volume 3, Nomor 1, Tahun 2025, 29-39

d. Memenuhi Hak Pekerja

Wajib membayar upah tepat waktu dan memperlakukan pekerja secara adil. Dalil Hadis Riwayat Ibnu Majah: "Berikanlah upah pekerja sebelum kering keringatnya."⁹

3. Maqasid

a. Pengertian Maqasid

Maqasid al-Syarī'ah adalah tujuan syariat Islam yang berorientasi pada kemaslahatan manusia melalui upaya mewujudkan manfaat (jalb al-maṣāliḥ) dan mencegah kerusakan (dar'u al-mafāsīd).

b. Tingkatan Kebutuhan dalam maqasid

- 1) Ḍarūriyyāt (primer): kebutuhan pokok agar kehidupan berjalan normal (menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, harta).
- 2) Ḥājiyyāt (sekunder): kebutuhan yang meringankan kesulitan, meskipun tidak sampai mengancam kehidupan jika ditinggalkan.
- 3) Taḥṣiniyyāt (tersier): kebutuhan penyempurna terkait etika, keindahan, dan moral.

c. Lima Pokok Utama yang Dijaga (al-Ḍarūriyyāt al-Khams)

- 1) Hifz al-dīn (menjaga agama)
- 2) Hifz al-nafs (menjaga jiwa)
- 3) Hifz al-'aql (menjaga akal)
- 4) Hifz al-nasl (menjaga keturunan)
- 5) Hifz al-māl (menjaga harta)¹⁰

4. Masalah

Secara etimologis, *masalah* berasal dari kata *ṣalāḥa* yang berarti baik, sesuai, dan bermanfaat. Dalam konteks istilah fiqh, *masalah* diartikan sebagai segala sesuatu yang mendatangkan manfaat bagi manusia serta sejalan dengan tujuan syariat (*maqāṣid al-syarī'ah*), yaitu menjaga agama (*hifz al-dīn*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta (*hifz al-māl*). Al-Ghazali mendefinisikan *masalah* sebagai upaya menjaga tujuan syara' melalui perlindungan terhadap lima unsur pokok tersebut dari segala bentuk kerusakan.¹¹

⁹ Maulida, dkk. "Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan dan Tanggung Jawab dalam Ekonomi Syariah". El-Iqtishady Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol 06 Nomor 01, Juni 2024, Hlm 49-61.

¹⁰ Suhaimi, dkk, AL-MAQĀSHID AL-SYARĪ'AH; Teori dan Implementasi, Sahaja: Journal Shariah And Humanities, Volume 2 Issue 1 (2023), 154-163

¹¹ Abu Hamid Al-Ghazali, *Al-Mustashfa min 'Ilm al-Uṣūl*, Juz I (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1997), hlm. 286.

5. 'Urf

Secara etimologis, *'urf* berarti sesuatu yang dikenal, diterima, dan menjadi kebiasaan dalam kehidupan masyarakat. Dalam istilah fiqh, *'urf* diartikan sebagai adat kebiasaan yang berlaku umum, baik berupa ucapan maupun perbuatan, yang diterima akal sehat dan tidak bertentangan dengan syariat Islam.¹ Imam Al-Qarafi menjelaskan bahwa *'urf* adalah sesuatu yang telah dikenal oleh banyak orang dan dijadikan dasar dalam interaksi mereka.² Dalam ushul fiqh, *'urf* memiliki kedudukan penting sebagai sumber hukum sekunder dalam bidang muamalah, sebagaimana kaidah fiqhiyah menyebutkan "*al-'ādah muḥakkamah*" (adat kebiasaan dapat dijadikan dasar hukum).³ Dengan demikian, adat yang baik dan tidak bertentangan dengan syariat dapat dijadikan pertimbangan dalam penetapan hukum. Dalam konteks.¹²

6. Perlindungan Konsumen Dalam Islam

a. Islam menjamin perlindungan konsumen melalui beberapa prinsip utama:

1) Perlindungan dari Penipuan (Tadlis/Ghisy)

Konsumen berhak mendapatkan informasi lengkap dan jujur tentang produk. Dalil: QS. Al Baqarah 2:188:¹³

"Dan janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui."

"Barangsiapa menipu, maka ia bukan dari golongan kami." (HR. Muslim, No. 102)¹⁴

2) Perlindungan dari Barang Haram dan Berbahaya

Produsen dilarang menjual produk haram (seperti makanan mengandung babi, alkohol, atau zat berbahaya).

Dalil: QS. Al-Maidah 5:90:¹⁵

"Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan."

¹² Roychan Abdul Aziz, Ali As'ad, Konsep *Urf* Dalam Hukum Islam Perspektif Syaikh Yasin Alfadani (Padang) Dalam Kitab Alfawaid Aljaniyah, Jasna : Journal for Aswaja Studies Volume 3 No 2, 124

¹³ Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). Al-Qur'an dan Terjemahannya. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Kementerian Agama RI.

¹⁴ Muslim, I. (2007). *Shahih Muslim* (No. 102). Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah

¹⁵ Ibid

Hadis Riwayat Abu Dawud:

"Sesungguhnya Allah mengharamkan jual beli alkohol, bangkai, babi, dan patung."¹⁶

3) Perlindungan dari Informasi Menyesatkan

Iklan palsu, label tidak jelas, atau promosi manipulatif dilarang. Dalil: QS. Al-Isra' 17:35:¹⁷

"Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar."

Hadis Riwayat Tirmidzi:

"Dua pihak yang berjual beli memiliki hak khiyar (memilih untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi) selama belum berpisah. Jika mereka jujur dan transparan, maka jual beli mereka diberkahi."¹⁸

b. Mekanisme Perlindungan Konsumen dalam Fiqih Muamalah

- 1) Hak Khiyar: Hak pembeli untuk membatalkan transaksi jika terdapat cacat atau ketidakjelasan.
- 2) Larangan *Ikhtikar* (Monopoli): Mencegah praktik penimbunan yang merugikan konsumen.
Kewajiban Produsen: Memberikan garansi (*dhaman*) atas produk yang dijual.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan yuridis normatif dan empiris untuk menganalisis perlindungan konsumen atas penggunaan simbol halal tidak resmi pada produk makanan UMKM di Sekarbela, Mataram. Pendekatan normatif digunakan untuk mengkaji ketentuan hukum seperti Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal serta fatwa Majelis Ulama Indonesia dan prinsip fiqih muamalah, sedangkan pendekatan empiris dilakukan melalui observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi guna memahami praktik di lapangan.¹⁹ Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder, termasuk hasil survei sederhana terhadap 20 responden, dan dianalisis secara induktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijamin melalui ketekunan pengamatan, triangulasi teknik, dan penggunaan bahan referensi pendukung.

¹⁶ Abu Dawud, S. (2008). *Sunan Abu Dawud* (No. 3488). Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah.

¹⁷ Ibid

¹⁸ At-Tirmidzi, M. (2007). *Sunan At-Tirmidzi* (No. 1245). Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah.

¹⁹ Dadang Sumarna, dkk, Penelitian Kualitatif Terhadap Hukum Empiris, Jurnal Serambi Hukum Vol 16 No 02 Tahun 2023, 106-110

Pembahasan

A. Pandangan Produsen dan Konsumen tentang Pentingnya Logo Halal

Logo halal merupakan label resmi yang menunjukkan bahwa suatu produk telah memenuhi standar kehalalan sesuai syariat Islam. Dalam konteks masyarakat Muslim, keberadaannya berfungsi sebagai sarana informasi sekaligus instrumen kepercayaan. Namun, persepsi terhadap logo halal tidak bersifat tunggal, melainkan mencerminkan pandangan pro dan kontra baik dari konsumen maupun produsen.²⁰

1. Pandangan Konsumen

Secara umum, konsumen Muslim memandang logo halal sebagai jaminan kehalalan yang memberikan rasa aman dan kepastian dalam mengonsumsi produk, terutama di tengah kompleksitas proses produksi modern. Label halal juga mencerminkan tanggung jawab moral produsen serta memiliki nilai strategis dalam meningkatkan daya saing produk. Sementara itu, sebagian konsumen non-Muslim melihat logo halal sebagai indikator kualitas, kebersihan, dan keamanan pangan,²¹ serta bernilai tambah dalam perdagangan internasional, khususnya di negara dengan regulasi halal ketat. Hasil wawancara menunjukkan bahwa bagi konsumen Muslim, logo halal harus diverifikasi secara resmi sebagai bentuk perlindungan, sedangkan bagi non-Muslim lebih dipandang sebagai penjamin kualitas. Dengan demikian, logo halal memiliki fungsi ganda, baik sebagai tanggung jawab moral dalam fiqih muamalah maupun sebagai standar mutu lintas konsumen.

Di sisi lain, terdapat pandangan kritis yang menilai bahwa logo halal tidak selalu menjadi jaminan absolut karena masih adanya penyalahgunaan, lemahnya pengawasan, dan pemalsuan label. Sebagian konsumen non-Muslim juga menganggap label halal kurang relevan dan berpotensi meningkatkan biaya produksi serta harga produk. Selain itu, dominasi label halal dikhawatirkan mengalihkan perhatian dari aspek lain seperti nilai gizi dan keberlanjutan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa 70% responden menjadikan logo halal sebagai pertimbangan utama, 20% masih ragu, dan 10% cenderung mengikuti tren. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap logo halal beragam, sehingga diperlukan penguatan edukasi, pengawasan, dan transparansi sertifikasi agar kepercayaan konsumen tetap terjaga.²² Sebaran persepsi responden tersebut disajikan pada tabel berikut:

²⁰ Fadillah Alfatimah, Analisis Labelisasi Halal Dalam Produk Makanan Dan Minuman Pada UMKM Kota Bengkulu, Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, Volume 11, No. 1, 2026 (409 - 419), 411

²¹ Hasil wawancara terhadap 20 konsumen UMKM Sekarbela, 16-19 Agustus 2025.

²² Ibid

Tabel 1. Persepsi Responde terhadap logo Halal pada produk UMKM Sekarbela

No	Kategori Persepsi	Jumlah Responden	Persentase
1	Menjadikan logo halal sebagai pertimbangan utama	14	70%
2	Ragu (mempertimbangkan harga dan rasa)	4	20%
3	Mengikuti Tren	2	10%
	Total	20	100%

Pemilihan 20 responden dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan metodologis dan praktis. Karena penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus pada UMKM di Sekarbela, jumlah responden tidak perlu terlalu besar, melainkan cukup untuk mewakili fenomena yang diteliti. Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif tidak menetapkan jumlah responden secara kaku, melainkan disesuaikan dengan kebutuhan data hingga tercapai titik jenuh.²³ Hal serupa ditegaskan oleh Arikunto, bahwa penelitian dengan lingkup terbatas dapat menggunakan 10–30 responden untuk memperoleh data yang representatif dan memungkinkan analisis yang mendalam.²⁴ Dengan demikian, penggunaan 20 responden dipandang sudah memadai untuk menjawab rumusan masalah dan mendukung tujuan penelitian mengenai tinjauan fiqh muamalah terhadap perlindungan konsumen atas penggunaan simbol halal secara tidak resmi pada produk makanan di Sekarbela.

Dengan demikian, perdebatan mengenai keberadaan logo halal mencerminkan keragaman perspektif dan kepentingan dalam masyarakat. Bagi sebagian konsumen, logo halal memiliki nilai fundamental yang berkaitan dengan preferensi, identitas, keyakinan, dan keamanan konsumsi, sementara bagi yang lain hanya dipandang sebagai atribut tambahan yang relatif. Perbedaan ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi produsen dan regulator untuk memperkuat edukasi, pengawasan, serta transparansi sertifikasi. Dengan pengelolaan yang tepat, logo halal dapat berfungsi sebagai instrumen yang mengintegrasikan kepentingan religius, standar mutu pangan, dan strategi pemasaran secara berkelanjutan.

2. Pandangan Produsen

Penelitian ini melibatkan 5 pelaku UMKM di Kecamatan Sekarbela sebagai informan yang dipilih berdasarkan keterlibatan mereka dalam kegiatan produksi dan pemasaran produk makanan. Jumlah tersebut dinilai memadai karena telah memenuhi prinsip kecukupan data

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm 85.

²⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2019), hlm 134.

dalam penelitian kualitatif. Hasil wawancara menunjukkan bahwa logo halal dipandang sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperluas pangsa pasar, terutama pada segmen konsumen Muslim dan pasar yang mensyaratkan standar halal. Selain itu, sertifikasi halal juga dianggap sebagai sarana untuk membedakan produk di tengah persaingan usaha.²⁵

Di sisi lain, sebagian produsen menilai bahwa proses sertifikasi halal memerlukan biaya dan waktu yang relatif besar, sehingga berpotensi menjadi beban operasional. Selain itu, terdapat kekhawatiran bahwa fokus pada sertifikasi halal dapat mengalihkan perhatian dari aspek lain seperti kualitas produk, inovasi, dan kemasan.²⁶ Secara keseluruhan, pandangan tersebut menunjukkan adanya dilema antara manfaat ekonomi dan tantangan teknis dalam penerapan sertifikasi halal. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara kepatuhan terhadap regulasi, efisiensi usaha, dan strategi pemasaran agar sertifikasi halal benar-benar memberikan nilai tambah bagi pelaku usaha.

B. Faktor Yang Menyebabkan Produsen Tidak Melakukan Sertifikasi Halal.

1. Faktor Internal

Sertifikasi halal merupakan aspek krusial bagi produsen pangan, khususnya di negara dengan populasi Muslim yang signifikan. Meskipun memiliki potensi meningkatkan kepercayaan dan daya saing produk, implementasinya masih menghadapi berbagai hambatan yang bersumber dari faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi biaya sertifikasi yang relatif tinggi mencakup pendaftaran, audit, pelatihan, dan penyesuaian proses produksi yang dianggap memberatkan UMKM dengan margin terbatas.²⁷ Selain itu, rendahnya pengetahuan dan pemahaman produsen terhadap manfaat sertifikasi turut menimbulkan keraguan, bahkan ketidakpercayaan.²⁸ Dari perspektif normatif, lemahnya motivasi atau niat produsen juga mencerminkan kurang optimalnya pelaksanaan prinsip amanah dalam menjamin kehalalan produk sebagai hak konsumen.²⁹

Sementara itu, faktor eksternal meliputi keterbatasan dukungan pemerintah, baik dalam bentuk fasilitasi biaya, regulasi, maupun pendampingan teknis yang belum merata. Kurangnya intensitas sosialisasi juga menyebabkan rendahnya kesadaran produsen terhadap urgensi

²⁵ Hasil Wawancara 5 Pelaku UMKM, Wawancara, Sekarbela Kota Mataram, 19 Agustus 2025.

²⁶ Ibid

²⁷ Hasil Wawancara 3 Pelaku UMKM, wawancara Sekarbela Kota Mataram, 20 Agustus 2025.

²⁸ Ibid

²⁹ Ibid

sertifikasi halal sebagai instrumen daya saing. Selain itu, keterbatasan akses terhadap Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), baik dari segi jumlah, lokasi, maupun prosedur yang kompleks, semakin memperkuat hambatan bagi pelaku UMKM. Oleh karena itu, diperlukan peran negara yang lebih optimal dalam kerangka *hisbah* melalui penyederhanaan prosedur, perluasan akses, serta peningkatan edukasi dan fasilitasi agar sertifikasi halal lebih inklusif dan efektif.

2. Faktor Eksternal

Adapun Faktor Eksternal yang mempengaruhi sertifikasi halal:³⁰

a. Keterbatasan Dukungan Pemerintah

Fasilitasi sertifikasi halal dinilai belum merata, baik dalam bentuk bantuan biaya, regulasi, maupun pendampingan teknis, sehingga belum menjangkau seluruh pelaku UMKM secara optimal.

b. Minimnya Sosialisasi.

Penyebaran informasi terkait pentingnya sertifikasi halal masih terbatas, yang berdampak pada rendahnya pemahaman produsen terhadap urgensi logo halal sebagai instrumen peningkatan daya saing, khususnya di daerah.

c. Terbatasnya Akses terhadap LPH

Keterbatasan jumlah dan jangkauan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), disertai prosedur yang kompleks dan memakan waktu, menjadi hambatan signifikan bagi UMKM dalam mengakses proses sertifikasi halal.

Faktor internal merefleksikan keterbatasan yang berasal dari dalam diri produsen, seperti tingkat pengetahuan, kapasitas permodalan, dan motivasi, sedangkan faktor eksternal berkaitan dengan hambatan struktural dan dukungan lingkungan, meliputi peran pemerintah, intensitas sosialisasi, serta akses terhadap Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Kedua faktor tersebut saling berinteraksi dan membentuk kompleksitas dalam pengambilan keputusan produsen terkait pelaksanaan sertifikasi halal.

Secara umum, keengganan produsen untuk mengajukan sertifikasi halal dipengaruhi oleh berbagai aspek, antara lain tingginya biaya, keterbatasan pemahaman, kendala operasional, serta persepsi pasar. Oleh karena itu, diperlukan intervensi dari pemangku kepentingan, khususnya pemerintah dan lembaga sertifikasi, melalui peningkatan edukasi, fasilitasi, dan dukungan yang komprehensif. Upaya ini diharapkan mampu mendorong partisipasi produsen

³⁰ Hasil Wawancara, 2 Akademisi UIN Mataram, 22 Agustus 2025

dalam sertifikasi halal guna memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus meningkatkan daya saing produk.

Dalam konteks ini, faktor eksternal dapat dinilai lebih dominan dibandingkan faktor internal. Keterbatasan dukungan pemerintah, kurangnya sosialisasi, serta terbatasnya akses terhadap LPH menjadi hambatan utama yang menghambat produsen dalam proses sertifikasi. Sementara itu, faktor internal seperti pengetahuan, modal, dan motivasi cenderung bersifat dinamis dan berpotensi ditingkatkan apabila hambatan eksternal dapat diatasi secara optimal.

C. Analisis Berdasarkan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH)

1. Kewajiban Sertifikasi Halal (Pasal 4)

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat pelaku UMKM di Sekarbela yang mencantumkan simbol halal secara mandiri tanpa melalui proses sertifikasi resmi. Praktik ini secara normatif bertentangan dengan Pasal 4 UU JPH yang mewajibkan setiap produk yang beredar di Indonesia untuk memiliki sertifikat halal. Ketidakpatuhan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara norma hukum dan praktik empiris di lapangan.

2. Larangan Penggunaan Label Halal Tanpa Sertifikat

Penggunaan simbol halal tanpa legalitas dari otoritas yang berwenang (BPJPH) merupakan bentuk pelabelan yang tidak sah. Dari data wawancara, pelaku usaha menggunakan label halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, namun tanpa verifikasi proses produksi. Hal ini menunjukkan adanya penyimpangan fungsi label halal dari instrumen jaminan menjadi sekadar strategi pemasaran.

3. Peran BPJPH dan LPH

Secara kelembagaan, BPJPH dan LPH memiliki kewenangan dalam proses sertifikasi dan pengawasan produk halal. Namun, temuan menunjukkan masih adanya pelaku usaha yang belum tersentuh proses sertifikasi, yang mengindikasikan keterbatasan akses, sosialisasi, dan pengawasan oleh lembaga terkait.

4. Sanksi Administratif dan Pidana

Pelanggaran terhadap ketentuan JPH berimplikasi pada sanksi administratif hingga pidana. Dalam konteks temuan, penggunaan label halal tanpa sertifikat dapat dikualifikasikan sebagai pelanggaran administratif, dan berpotensi menjadi tindak pidana apabila terbukti terdapat unsur kesengajaan dalam menyesatkan konsumen.

D. Analisis Berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

1. Pelanggaran Hak Konsumen (Pasal 4)

Data menunjukkan bahwa konsumen Muslim menjadikan label halal sebagai indikator utama dalam menentukan pilihan konsumsi. Oleh karena itu, penggunaan label halal tidak resmi mengakibatkan pelanggaran hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c.

2. Pelanggaran Kewajiban Pelaku Usaha (Pasal 7)

Pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang jujur mengenai kondisi produk. Namun, temuan menunjukkan adanya praktik pelabelan yang tidak sesuai fakta, sehingga mencerminkan ketidakpatuhan terhadap prinsip itikad baik dalam kegiatan usaha.

3. Larangan Informasi Menyesatkan (Pasal 8)

Pencantuman simbol halal tanpa sertifikasi merupakan bentuk informasi yang menyesatkan, karena memberikan kesan bahwa produk telah memenuhi standar halal secara resmi. Hal ini memenuhi unsur pelanggaran Pasal 8 yang melarang pelaku usaha memproduksi atau memperdagangkan barang dengan informasi yang tidak benar.

Berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dapat disimpulkan bahwa praktik penggunaan label halal tidak resmi merupakan bentuk pelanggaran terhadap prinsip perlindungan konsumen secara komprehensif. Pelanggaran tersebut mencakup hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 4, sekaligus menunjukkan ketidakpatuhan pelaku usaha terhadap kewajiban untuk beritikad baik dan memberikan informasi yang benar sebagaimana diatur dalam Pasal 7.³¹

Selain itu, pencantuman label halal tanpa sertifikasi yang sah juga dapat dikualifikasikan sebagai bentuk informasi yang menyesatkan, sehingga memenuhi unsur larangan dalam Pasal 8.³² Kondisi ini menunjukkan bahwa pelanggaran tidak hanya terjadi pada satu aspek, melainkan bersifat sistemik karena menyentuh hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta larangan perbuatan dalam kegiatan usaha.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa praktik pelabelan halal tidak resmi merupakan pelanggaran serius terhadap rezim perlindungan konsumen, yang berimplikasi pada kerugian tidak hanya secara ekonomis, tetapi juga secara moral dan religius, serta mencerminkan belum

³¹ Pasal 4 dan 7, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

³² Pasal 8, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

optimalnya kepatuhan pelaku usaha terhadap ketentuan hukum yang berlaku. Hal ini menunjukkan bahwa kewajiban sertifikasi halal bersifat imperatif bagi pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Jaminan Produk Halal.³³

E. Analisis Unsur Penipuan (Hukum Perdata dan Pidana)

1. Perbuatan Melawan Hukum (Pasal 1365 KUHPerdata)

Penggunaan label halal tidak resmi dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan melawan hukum karena memenuhi unsur: adanya perbuatan, melawan hukum, menimbulkan kerugian, dan adanya hubungan kausal. Kerugian yang dimaksud tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga moral dan religius.

2. Unsur Kesengajaan dan Kelalaian

Berdasarkan data lapangan, terdapat dua kemungkinan bentuk kesalahan: (1) **Kesengajaan**, apabila pelaku usaha mengetahui bahwa label halal yang digunakan tidak resmi tetapi tetap digunakan untuk menarik konsumen; (2) **Kelalaian (negligence)**, apabila pelaku usaha tidak memahami prosedur sertifikasi halal.

Perbedaan ini penting dalam menentukan tingkat pertanggungjawaban hukum.

Berdasarkan ketentuan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, penggunaan label halal tidak resmi dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan melawan hukum, karena telah memenuhi unsur adanya perbuatan, sifat melawan hukum, timbulnya kerugian, serta adanya hubungan kausal antara perbuatan dan kerugian yang ditimbulkan. Kerugian yang muncul tidak hanya bersifat ekonomis, tetapi juga mencakup aspek moral dan religius, khususnya bagi konsumen Muslim yang dirugikan akibat informasi yang menyesatkan.³⁴

Lebih lanjut, bentuk kesalahan pelaku usaha dapat dibedakan menjadi kesengajaan (*dolus*) dan kelalaian (*culpa*).³⁵ Kesengajaan terjadi ketika pelaku usaha secara sadar menggunakan label halal tidak resmi untuk memperoleh keuntungan, sedangkan kelalaian muncul akibat kurangnya pemahaman terhadap prosedur sertifikasi halal. Perbedaan bentuk kesalahan ini berimplikasi pada tingkat pertanggungjawaban hukum, di mana perbuatan yang dilakukan dengan sengaja memiliki bobot kesalahan yang lebih berat dibandingkan dengan kelalaian.

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

³⁴ Pasal 365, Kitab undang-Undang Hukum Perdata

³⁵ Joy Catherine Carina Tambunan, Suherman Suherman, *Legal Protection for Consumers of Halal-Certified Products Containing Non-Halal Elements*, 2025, 2339

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa praktik pelabelan halal tidak resmi tidak hanya melanggar ketentuan administratif dalam hukum positif, tetapi juga memenuhi kualifikasi perbuatan melawan hukum secara perdata, sehingga pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban ganti rugi sesuai dengan tingkat kesalahan yang dilakukannya.

F. Analisis Peran Negara dalam Pengawasan

1. Fungsi Pengawasan oleh Lembaga Terkait

Dalam hukum positif, pengawasan terhadap produk halal dilakukan oleh BPJPH, BPOM, dan instansi terkait. Namun, temuan penelitian menunjukkan masih maraknya penggunaan label halal tidak resmi di tingkat UMKM.

2. Evaluasi Efektivitas Pengawasan

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengawasan belum berjalan secara optimal, baik dari aspek preventif (sosialisasi dan edukasi) maupun represif (penindakan). Hal ini mengindikasikan lemahnya implementasi hukum di tingkat lapangan.

3. Implikasi Normatif

Lemahnya pengawasan berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sistem jaminan halal dan perlindungan konsumen secara umum.

Berdasarkan pengaturan dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal serta peran lembaga seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal dan Badan Pengawas Obat dan Makanan, secara normatif mekanisme pengawasan terhadap produk halal telah dirancang melalui pembagian kewenangan antar lembaga yang bersifat koordinatif.³⁶

Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi pengawasan tersebut belum berjalan secara efektif, yang ditandai dengan masih maraknya penggunaan label halal tidak resmi, khususnya pada sektor UMKM. Kondisi ini mencerminkan bahwa fungsi pengawasan belum optimal baik dari aspek preventif (sosialisasi dan edukasi) maupun represif (penindakan), sehingga mengindikasikan adanya kelemahan dalam penegakan hukum di tingkat lapangan.

Lebih lanjut, lemahnya pengawasan ini berimplikasi pada menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sistem jaminan produk halal, serta belum optimalnya perlindungan konsumen secara menyeluruh. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama tidak terletak pada aspek regulasi, melainkan pada efektivitas implementasi dan koordinasi antar lembaga pengawas dalam menjalankan fungsi pengawasan secara konsisten dan berkelanjutan.

³⁶ Pasal 6-7 dan Pasal 49-51, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

G. Analisis Sanksi Hukum dan Penegakannya

1. Sanksi Administratif

Secara normatif, pelaku usaha yang melanggar dapat dikenai sanksi administratif berupa peringatan, penarikan produk, hingga pencabutan izin usaha. Namun, berdasarkan temuan, belum semua pelanggaran ditindak secara tegas.

2. Sanksi Pidana

Apabila terdapat unsur penipuan atau kesengajaan, pelaku usaha dapat dikenai sanksi pidana sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3. Analisis Penegakan Hukum (Low Enforcement)

Minimnya tindakan terhadap pelanggaran yang terjadi menunjukkan adanya fenomena *low enforcement*, yaitu lemahnya penegakan hukum meskipun norma telah tersedia secara jelas. Hal ini menjadi salah satu faktor yang menyebabkan praktik pelabelan halal tidak resmi tetap berlangsung.

Berdasarkan analisis terhadap Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, dapat disimpulkan bahwa secara normatif sistem sanksi telah diatur secara komprehensif, baik dalam bentuk sanksi administratif maupun pidana. Sanksi administratif mencakup peringatan, penarikan produk, hingga pencabutan izin usaha, sedangkan sanksi pidana dapat dikenakan apabila terdapat unsur kesengajaan atau penipuan dalam pelanggaran kewajiban sertifikasi halal.³⁷

Namun demikian, dalam praktiknya, penegakan hukum terhadap pelanggaran tersebut belum berjalan secara optimal. Hal ini ditunjukkan oleh masih ditemukannya pelanggaran yang tidak ditindak secara tegas, sehingga mencerminkan adanya fenomena *low enforcement*. Lemahnya penegakan hukum ini menyebabkan ketentuan normatif yang telah diatur tidak memiliki daya paksa yang efektif, dan pada akhirnya membuka ruang bagi pelaku usaha untuk tetap melakukan praktik pelabelan halal tidak resmi.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa permasalahan utama tidak terletak pada kekurangan norma hukum, melainkan pada aspek implementasi dan konsistensi penegakan hukum. Kondisi ini berimplikasi pada belum optimalnya perlindungan konsumen, khususnya dalam menjamin kepastian kehalalan produk yang beredar di masyarakat

³⁷ Pasal 56–62, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa praktik penggunaan simbol halal tidak resmi oleh pelaku UMKM di Sekarbela tidak hanya bertentangan dengan ketentuan hukum positif, khususnya UU JPH dan UU Perlindungan Konsumen, tetapi juga mencerminkan lemahnya pengawasan dan penegakan hukum. Kondisi ini menimbulkan implikasi serius terhadap perlindungan hak konsumen serta kredibilitas sistem jaminan halal di Indonesia.

H. Pandangan Fiqih Muamalah terhadap Penggunaan Label Halal yang tidak Terdaftar Secara Resmi
Penggunaan label halal yang tidak terdaftar secara resmi merupakan persoalan signifikan dalam kajian fiqh muamalah, khususnya terkait kepastian kehalalan produk yang dikonsumsi oleh umat Islam. Label halal pada dasarnya berfungsi sebagai instrumen jaminan bahwa suatu produk telah memenuhi standar syariah. Namun, apabila label tersebut tidak memiliki legitimasi formal, maka muncul problematika terkait validitas kehalalan serta tanggung jawab hukum dan moral produsen.

1. Pandangan Fiqih Terhadap Label Halal Tidak Resmi

a. Aspek Hukum fiqh

Dalam perspektif fiqh muamalah, penggunaan label halal tanpa registrasi resmi menimbulkan implikasi hukum karena berkaitan dengan prinsip kejujuran (*shidiq*), amanah, dan perlindungan hak konsumen. Islam melarang praktik penipuan (*tadlis*) serta menuntut transparansi dalam transaksi, sehingga pencantuman label halal tanpa sertifikasi sah berpotensi mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan) dan *ghisy* (pemalsuan) yang bertentangan dengan syariah.³⁸

Secara normatif, tindakan tersebut melanggar prinsip kejujuran karena menyajikan informasi yang menyesatkan, termasuk dalam kategori *tadlis*, serta mengabaikan hak konsumen (*hifz al-huquq*) atas kepastian kehalalan, yang tidak sejalan dengan prinsip *maslahah*. Dari aspek hukum (*ahkam*), praktik ini dapat dinilai haram apabila mengandung unsur penipuan, makruh jika menimbulkan keraguan tanpa niat menipu, dan menegaskan kewajiban produsen untuk mengurus sertifikasi halal resmi demi menjamin transparansi dan kepercayaan publik.

b. Aspek Maslahah

Dalam fiqh muamalah, prinsip *maslahah* menjadi landasan penting dalam menilai praktik ekonomi. Penggunaan label halal tanpa registrasi berpotensi menimbulkan keraguan

³⁸ Prilla Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Press, 2022), hlm 45.

konsumen dan merugikan ekosistem industri halal. Oleh karena itu, diperlukan dorongan bagi pelaku usaha untuk memperoleh sertifikasi halal resmi guna melindungi konsumen sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi yang sejalan dengan prinsip syariah³⁹

c. Aspek Hisbah (Peran Negara dalam Mengawasi Kehalalan Produk)

Dalam terminologi fiqih, *hisbah* dipahami sebagai implementasi prinsip *al-amr bi al-ma'rūf wa al-nahy 'an al-munkar*, yaitu upaya mendorong kebaikan dan mencegah kemungkaran. Secara institusional, *hisbah* merepresentasikan mekanisme pengawasan sosial oleh otoritas negara atau lembaga resmi untuk memastikan bahwa aktivitas masyarakat, termasuk sektor ekonomi dan perdagangan, berjalan sesuai dengan ketentuan syariah.⁴⁰

Dalam konteks kehalalan produk, fungsi *hisbah* meliputi: (1) memastikan bahwa produk yang beredar di pasar memenuhi standar kehalalan melalui pengawasan bahan baku, proses produksi, dan pelabelan; (2) mencegah praktik kecurangan, seperti penyamaran produk haram sebagai halal, penggunaan bahan tidak halal secara tersembunyi, serta manipulasi label; dan (3) menjamin keadilan pasar serta perlindungan hak konsumen melalui penyediaan informasi produk yang transparan, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan.⁴¹

Dengan demikian, penggunaan label halal tanpa registrasi resmi dalam fiqih muamalah merupakan perbuatan yang bertentangan dengan prinsip kejujuran dan perlindungan konsumen, serta cenderung terlarang apabila mengandung unsur penipuan. Dari perspektif *maslahah*, praktik ini berpotensi menimbulkan keraguan konsumen dan merugikan ekosistem industri halal secara luas. Oleh karena itu, pendaftaran dan sertifikasi halal menjadi langkah strategis untuk menjamin perlindungan konsumen sekaligus mendorong perkembangan ekonomi yang sejalan dengan prinsip syariah.

I. Perbandingan Hukum Positif dan Fiqih Muamalah

Secara konseptual, hukum positif dan fiqih muamalah memiliki titik temu dalam melindungi konsumen, namun berbeda dalam pendekatan dan landasan normatif. Hukum positif menitik beratkan pada aspek legal-formal melalui regulasi tertulis, kelembagaan (BPJPH, LPH), serta sanksi administratif dan pidana sebagai instrumen penegakan hukum. Fokus utamanya adalah kepastian hukum, perlindungan hak konsumen, dan ketertiban pasar.

³⁹ Salman Hikam dan karimatul Khasanah, Prinsip Maslahah Dalam Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, *El Hisap* (Jurnal of Islamic Economic Law), Vol. 3 No 2 (2023), 148-149

⁴⁰ Ainun Rochimah, Eksistensi lembaga hisbah modern di Indonesia, *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)* Volume 2, Issue 3, 2024, 84

⁴¹ *Ibid*, 85

Sebaliknya, fiqh muamalah menekankan aspek moral-spiritual dengan berlandaskan pada prinsip kejujuran (*shidiq*), amanah, keadilan (*al-'adl*), serta kemaslahatan. Pendekatan ini tidak hanya bersifat legal, tetapi juga etis dan preventif, dengan tujuan menjaga keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat sesuai maqasid al-shari'ah.

Persamaan keduanya terletak pada larangan terhadap praktik penipuan dan informasi yang menyesatkan, serta kewajiban produsen untuk memberikan informasi yang benar kepada konsumen. Namun, perbedaannya terletak pada orientasi sanksi dan pendekatan: hukum positif bersifat eksternal dan represif melalui penegakan hukum, sedangkan fiqh muamalah bersifat internal dan preventif melalui kesadaran moral dan tanggung jawab religius.

Dengan demikian, integrasi antara hukum positif dan fiqh muamalah menjadi penting untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang tidak hanya kuat secara regulatif, tetapi juga berlandaskan nilai etika dan spiritual, sehingga mampu membentuk perilaku pelaku usaha yang jujur, transparan, dan bertanggung jawab.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan simbol halal tidak resmi pada produk UMKM di Sekarbela merupakan praktik yang bertentangan baik dengan hukum positif maupun prinsip fiqh muamalah. Dalam perspektif hukum positif, praktik tersebut melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya terkait kewajiban sertifikasi halal, larangan informasi menyesatkan, dan pemenuhan hak konsumen atas informasi yang benar dan jujur. Selain itu, lemahnya pengawasan dan penegakan hukum (*low enforcement*) menjadi faktor utama yang menyebabkan praktik ini masih berlangsung di tingkat UMKM.

Sementara itu, dalam perspektif fiqh muamalah, penggunaan label halal tanpa sertifikasi resmi dikategorikan sebagai perbuatan yang mengandung unsur *tadlis* (penipuan) dan *gharar* (ketidakjelasan), yang bertentangan dengan prinsip kejujuran, amanah, dan keadilan dalam transaksi. Praktik tersebut juga tidak sejalan dengan tujuan *maqasid al-shari'ah*, khususnya dalam menjaga agama (*hifz al-din*) dan harta (*hifz al-mal*) konsumen. Oleh karena itu, secara normatif, tindakan ini cenderung terlarang karena berpotensi merugikan konsumen baik secara material maupun spiritual.

Dengan demikian, diperlukan sinergi antara penguatan regulasi, peningkatan pengawasan, serta internalisasi nilai-nilai etika bisnis Islam guna mewujudkan sistem perlindungan konsumen yang komprehensif dan berkeadilan.

Daftar Pustaka

- A. A. Al-Qudah, "Consumer Protection in Islamic Law," *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 12, Nomor 3 Tahun 2019, hlm 345-360.
- Abu Dawud, S. (2008). *Sunan Abu Dawud* (No. 3488). Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Abu Hamid Al-Ghazali, *Al-Mustashfa min 'Ilm al-Uşul*, Juz I (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1997), hlm. 286.
- Ainun Rochimah, Eksistensi lembaga hisbah modern di Indonesia, *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)* Volume 2, Issue 3, 2024, 84
- Arifin, Zainun. Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal Non-Sertifikasi Di Marketplace Digital, *JSE*, Volume 4 Nomor 1, Januari 2025, hlm. 123-124.
- At-Tirmidzi, M. (2007). *Sunan At-Tirmidzi* (No. 1245). Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Laporan Investigasi Operasi Pasar Produk Ilegal (Jakarta: BPOM RI, 2023), hlm. 15-20.
- Dadang Sumarna, dkk, Penelitian Kualitatif Terhadap Hukum Empiris, *Jurnal Serambi Hukum* Vol 16 No 02 Tahun 2023, 106-110.
- Fadillah Alfatihah, Analisis Labelisasi Halal Dalam Produk Makanan Dan Minuman Pada UMKM Kota Bengkulu, *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Volume 11, No. 1, 2026 (409 - 419), 411.
- Joy Catherine Carina Tambunan, Suherman Suherman, *Legal Protection for Consumers of Halal-Certified Products Containing Non-Halal Elements*, 2025, 2339.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Kementerian Agama RI.
- Majelis Ulama Indonesia, Fatwa No. 4 Tahun 2023 tentang Sertifikasi Halal dan Larangan Penipuan Konsumen (Jakarta: Komisi Fatwa MUI, 2023), poin 2.
- Maulida, dkk. "Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan dan Tanggung Jawab dalam Ekonomi Syariah". *El-Iqtishady Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol 06 Nomor 01, Juni 2024, Hlm 49-61.
- MUI digital, Temuan BPJH Produk Mengandung DNA Babi, Begini Penjelasan Lengkap LPPOM, <https://mui.or.id/baca/berita/terkait-temuan-bpjph-ada-produk-mengandung-dna-babi>

dirut-lppom-mui-setelah-dicek-laboratorium-tidak-terbukti.

Muslim, I. (2007). *Shahih Muslim* (No. 102). Beirut: Dar al-Kutub al-‘Ilmiyyah

Najihha Azzahra, dkk., Prinsip-Prinsip Muamalah dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Mahasiswa Kreatif* Volume 3, Nomor 1, Tahun 2025, 29-39.

Nurhaliza, Siti, dkk, Dampak Sertifikasi Halal Terhadap Kepercayaan Konsumen, *Al Buyu’*: Jurnal Hukum Ekonomi Syar’ah, Vol.2, No1, November 2025, hlm.115.

Pamuji, Sugeng. Temuan Pelanggaran, BPJH Cabut Sertifikat Halal Nabidz, <https://kemenag.go.id/nasional/temukan-pelanggaran-bpjph-cabut-sertifikat-halal-nabidz-RuOuo>.

Pasal 4 dan 7, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

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

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

Pasal 365, Kitab undang-Undang Hukum Perdata

Pasal 6–7 dan Pasal 49–51, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

Pasal 56–62, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

Prilla Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Press, 2022), hlm 45.

Roychan Abdul Aziz, Ali As’ad, Konsep *Urf* Dalam Hukum Islam Perspektif Syaikh Yasin Alfadani (Padang) Dalam Kitab *Alfawaid Aljaniyah*, *Jasna : Journal for Aswaja Studies* Volume 3 No 2, 124.

Salman Hikam dan karimatul Khasanah, Prinsip Masalah Dalam Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, *El Hisap* (*Jurnal of Islamic Economic Law*), Vol. 3 No 2 (2023), 148-149.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm 85.

Suhaimi, dkk, *AL-MAQÂSHID AL-SYARÎ’AH*; Teori dan Implementasi, *Sahaja: Journal Shariah And Humanities*, Volume 2 Issue 1 (2023), 154-163.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2019), hlm 134.

Wawancara 3 Pelaku UMKM, wawancara Sekarbela Kota Mataram, 20 Agustus 2025.

Wawancara, 2 Akademisi UIN Mataram, 22 Agustus 2025.