

LAPORAN HASIL PENELITIAN KOLEKTIF

KESADARAN HUKUM KONSUMEN MUSLIM TERHADAP PRODUK HALAL DI ERA MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (Studi di Indonesia)

Peneliti:
Trianah Sofiani
Mohammad Hasan Bisyri
Ahmad Jalaludin



**PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT (P3M)
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) PEKALONGAN**

**MENDAPATKAN BANTUAN BIAYA DARI DIPA STAIN PEKALONGAN
TAHUN 2016**

**LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR HASIL PENELITIAN**

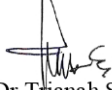
- A. Judul : Kesadaran Hukum Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (Studi di Indonesia)
- B. Bentuk Penelitian : Lapangan
- C. Kategori : Penelitian Pengembangan Keilmuan
- D. Identitas Peneliti
- a. Nama Lengkap : Dr. Trianah Sofiani, S.H., M.H
 - b. NIP : 196806082000032001
 - c. Jenis Kelamin : Perempuan
 - d. Pangkat/Gol/Ruang : Pembina (IV/a)
 - e. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
 - f. Bidang Keahlian : Ilmu Hukum
 - g. Jurusan/Prodi : Syariah
 - h. Anggota Peneliti : 1. Dr. Mohammad Hasan Bisyr, M.Ag
2. Dr. Ahmad Jalaludin, M.A
- E. Unit Kerja : STAIN Pekalongan
- F. Jangka Waktu Penelitian : 4 bulan
- G. Biaya Penelitian : Rp 20.000.000,-(Dua Puluh Juta Rupiah)

Pekalongan, 21 Oktober 2016

Mengetahui,
Kepala P3M STAIN Pekalongan


Maghfur, M.Ag
NIP. 197305062000031003

Peneliti


Dr. Trianah Sofiani, S.H., M.H
NIP: 196806082000032001



Disahkan,
Kepala STAIN Pekalongan


Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag
NIP. 197101151998031005

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang memberikan berkah, rahmat, hidayah dan kasih sayang yang tidak terhingga, sehingga akhirnya penelitian ini berhasil dilaksanakan dan disusun oleh peneliti ke dalam sebuah laporan akhir dengan judul mengenai “*Kesadaran Hukum Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (Studi di Indonesia)*”.

Pernyataan Fatima Mernissi, sangat *pas* untuk membangkitkan semangat para akademisi yaitu “ *tulisan sejati tidak pernah menjadi resep, melainkan ia selalu berupa pencarian*”. Apabila kita mengikuti dialektika Hegel, maka paparan hasil penelitian ini dimaksudkan sebagai *tesis* yang melahirkan *antitesis* dan akhirnya *sintesis*, demikian seterusnya sehingga terjadi proses dialog ilmiah yang bermuara pada *searching process of truth by reseach can never been stop*.

Tingkat kesulitan peneliti merupakan kelemahan dalam penulisan laporan ini. Untuk itu dengan berbesar hati peneliti menyadari bahwa laporan ini jauh dari kesempurnaan, baik segi kualitas maupun kuantitas. Meskipun demikian peneliti tetap memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah rela dan senang hati membantu proses penelitian ini, baik pihak STAIN Pekalongan sebagai penyandang dana, dan P3M yang telah memberikan kesempatan pada peneliti dan membantu kelancaran penelitian.

Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya peneliti sampaikan kepada Ketua PDA Kota Pekalongan yang telah memberikan izin untuk terselenggaranya penelitian ini, Ketua BKR Larasati, yang telah membantu dan memberikan izin untuk FGD dan wawancara anggotanya. Para mahasiswa dan relawan yang membantu mencari informasi dan data untuk penelitian ini. Serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu- persatu. Hanya ucapan “*jazakumullah khairan katsiran. Amin Allahumma amin*”, yang mampu saya persembahkan. Dengan penuh keterbukaan, peneliti mengharapkan saran, masukan dan kritik konstruktif.

Pekalongan, Oktober 2016

Peneliti

Abstrak

Penelitian yuridis empiris ini bertujuan untuk mengeksplorasi kesadaran hukum konsumen muslim di Indonesia dalam mengkonsumsi produk halal dan upaya yang seharusnya dilakukan untuk membangun kesadaran hukum konsumen Muslim terhadap produk halal di Era MEA ini..Teori yang digunakan untuk membedah permasalahan adalah teori kesadaran hukum, teori law of social engineering yang dielaborasi dengan konsep produk halal, konsep konsumen dan masyarakat ekonomi ASEAN. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan informan kunci adalah orang tua anak yang menikah di bawah umur. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan studi dokumen. Teknik analisis menggunakan interaktif model dan pengecekan validitas informasi dan data, menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kesadaran hukum konsumen muslim Indonesia terhadap produk halal bisa dilihat dari 4 komponen, yaitu pengetahuan, pemahaman, sikap dan perilaku hukum, yaitu: untuk konsumen muslim kelas bawah belum memiliki pengetahuan dan pemahaman secara luas mengenai produk halal dan kebijakannya, namun untuk konsumen muslim menengah ke atas, sudah memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai hukum dan kebijakan produk halal, sehingga sikap dan perilaku mereka ketika akan dan/atau mengkonsumsi suatu produk sudah mempertimbangkan label halal dan sertifikasi halal, bahkan mengetahui tentang keabsahan sertifikasi halal dari produk dan/atau jasa yang akan dan/atau mereka konsumsi. Kesadaran hukum konsumen muslim terhadap produk halal, dipengaruhi oleh faktor pendidikan, faktor ekonomi, agama (religiusitas) dan lingkungan sosial budaya.Upaya yang seharusnya dilakukan dalam membangun kesadaran hukum konsumen muslim terhadap produk halal, antara lain: melalui penyuluhan (sosialisasi) tentang produk halal dan landasan hukumnya; melalui kampanye tentang produk halal dan landasan hukumnya dan melalui pameran produk halal dan landasan hukumnya. Tujuan akhir dari berbagai upaya yang dilakukan tersebut adalah terciptanya masyarakat sadar halal atas suatu produk, sehingga terwujud kepatuhan hukum terhadap produk halal.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Masalah Penelitian.....	3
C. Pembatasan Masalah.....	3
D. Signifikasin Penelitian.....	3
E. Kajian Riset Sebelumnya.....	4
F. Kerangka Teori.....	7
G. Metode Penelitian.....	8
H. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II. KERANGKA TEORI DAN KONSEPTUAL	
A. Kerangka Teoritik.....	14
1. Teori Kesadaran Hukum.....	14
2. Teori <i>law of social engineering</i>	18
B. Kerangka Konseptual.....	21
1. Konsep konsumen.....	21
2. Konsep Produk halal.....	25
3. Masyarakat Ekonomi ASEAN.....	30
BAB.III. HASIL PENELITIAN	
A. Dinamika Hukum dan Kebijakan Produk Halal Indonesia	33
B. Profil Konsumen Muslim di Indonesia	49
C. Pandangan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal.....	53
BAB IV. PEMBAHASAN	
A. Menelusuri Kesadaran Hukum Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal.....	56
B. Upaya yang seharusnya dilakukan untuk membangun kesadaran hukum konsumen Muslim terhadap produk halal.....	74

BAB V. PENUTUP

A. Simpulan.....	80
B. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Status halal suatu produk menjadi hal yang penting, di era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) sekarang ini. Alih-alih di era MEA ini, terdapat aliran bebas berbagai produk (makanan, minuman, kosmetik, asesoris, tas, sepatu, daging, furniture dan lain-lain), restoran dan lain-lain yang beredar di pasaran dari berbagai negara anggota Asean. Untuk melindungi konsumen, khususnya konsumen muslim, negara anggota Asean melakukan berbagai upaya, baik internal (dalam negeri) melalui hukum dan kebijakan terkait dengan sertifikasi halal, maupun secara eksternal melalui kesepakatan bersama antar anggota Asean mengenai standar halal bagi produk-produk yang beredar di pasar domestik maupun regional.

Indonesia, sebagai salah satu bagian dari negara ASEAN, yang paling banyak penduduknya beragama Islam, diantara negara-negara ASEAN lainnya, juga telah melakukan upaya, misalnya dengan melahirkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 295 Tambahan Lembaran Negara Indonesia Nomor 5604). Lahirnya Undang-undang tersebut, secara tidak langsung memang mendorong para pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal, yang ditunjukan dengan meningkatnya data prosentase sertifikasi di LPPOM MUI. Data sertifikasi MUI menunjukkan bahwa, pada 2013 ada 32.009 produk bersertifikat halal, pada 2014 jumlahnya naik menjadi 40.765 produk, lalu menjadi 52.669 produk pada 2015, dan hingga bulan Mei 2016, sudah ada 20.008 produk yang menerima sertifikat halal MUI. Namun angka tersebut sangat jauh jika dibandingkan dengan angka persentase

Sertifikasi Malaysia sebesar 95% dan Thailand sekitar 88%.¹ Artinya, komitmen pemerintah Indonesia dalam sertifikasi halal di era MEA ini, masih kalah dibandingkan dengan Malaysia, bahkan Thailand yang bukan negara Muslim.

Hal tersebut semakin menarik dan penting untuk dikaji, dalam konteks kesadaran masyarakat, khususnya kesadaran hukum masyarakat selaku konsumen. Argumentasi yang dibangun adalah, titik perhatian status kehalalan suatu produk, tidak bisa lepas dari keberadaan konsumen, karena konsumen adalah pengguna terakhir dari suatu produk. Oleh karena itu, kesadaran hukum konsumen terhadap produk halal merupakan hal yang penting dan utama, untuk mewujudkan tujuan hukum yang telah dibuat oleh Pemerintah. Hal tersebut senada dengan pendapat Sudikno Mertokusumo, bahwa ada kaitan yang sangat erat antara hukum dan kesadaran hukum. Sedangkan Soerjono Soekanto berpendapat bahwa, kesadaran hukum masyarakat merupakan faktor penting dalam mewujudkan tujuan hukum². Artinya, kesadaran hukum mempengaruhi bekerjanya hukum dalam masyarakat.³

Fakta mengenai kesadaran hukum konsumen muslim di Indonesia terhadap produk halal, ditunjukkan dengan ketidaktahuan dan ketidakpedulian konsumen terhadap kehalalan produk yang dikonsumsi. Misalnya, pemahaman seputar halal atau tidaknya suatu produk, hanya diketahui jika makanan yang dikonsumsi tidak terbuat dari babi dan/atau khmar (minuman beralkohol), tanpa memahami produk turunannya. “ tidak tahu, “ *pokoknya bukan babi dan bukan minuman keras*” Jawab beberapa konsumen yang berhasil diwawancarai dengan nada yang sama. Masyarakat juga hanya mengetahui dan memahami bahwa, produk halal itu hanya

¹ Lihat dalam [http://: www.republika.co.id](http://www.republika.co.id) › ... › *Syariah Ekonomi* 12 Mei 2016. Diakses Tanggal 12 Agustus 2016 Pukul. 22.57 WIB

² Soerjono Soekanto, *Sosiologi: Suatu Pengantar*, (Rajawali Pres: Bandung, 1996), hlm. 19

³ Esmi Warasih, *Pranata Hukum*, Suryandaru, Semarang, 2005, hlm 115.

terkait dengan produk pangan dan bukan produk lain, seperti kosmetik, obat-obatan, furnitur, pakaian dan lain-lain. Selain itu, masyarakat juga belum menyadari bahwa teknologi pangan dan rekayasa genetika berkembang sangat pesat dan dalam industri dibutuhkan rekayasa teknologi agar menghasilkan produk yang lebih efisien dan ekonomis, tanpa mempertimbangkan faktor kehalalan. Rekayasa genetik dan penciptaan bahan tambahan pangan ini dapat berbentuk ataupun bertujuan sebagai pengawet, pewarna, pengembang, pengemulsi, perasa, dan lain-lain. Minimnya pengetahuan masyarakat tersebut, menjadi titik tolak bagi kesadaran konsumen dalam mengkonsumsi produk halal, sehingga problem ini penting dan relevan untuk diteliti, agar diketahui secara lebih mendalam mengenai permasalahan tersebut.

B. Masalah Penelitian

1. Bagaimana kesadaran hukum konsumen muslim di Indonesia dalam mengkonsumsi produk halal di era Masyarakat Ekonomi Asean
2. Bagaimana upaya yang seharusnya dilakukan untuk membangun kesadaran hukum konsumen Muslim terhadap produk halal di Era Masyarakat Ekonomi Asean?

C. Pembatasan Masalah

Masalah ini dibatasi pada: 1) subjek penelitian adalah konsumen muslim 2) isu penelitian hanya fokus pada, kesadaran hukum konsumen Muslim dan upaya yang seharusnya dilakukan untuk membangun kesadaran hukum konsumen Muslim terhadap produk halal; 3) lokasi penelitian di Indonesia.

D. Signifikansi Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran yang secara kognitif bermanfaat untuk mengembangkan ilmu hukum, khususnya

hukum ekonomi terkait dengan kesadaran hukum status halal suatu produk, sehingga menjadi bangunan teoritis yang dapat dikembangkan secara akademis.

2. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam pembinaan kesadaran hukum terkait dengan produk halal di Indonesia, sehingga tujuan hukum bisa terwujud secara maksimal, dalam rangka menunjang pembangunan ekonomi Nasional di era Masyarakat Ekonomi ASEAN.
3. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pemerintah maupun non pemerintah, pemerhati, yang konsern dengan status halal suatu produk.

E. Kajian Riset Sebelumnya

Berdasarkan penelusuran literatur, banyak ditemukan penelitian mengenai konsumen dan produk halal, namun dalam kajian ilmu ekonomi dan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian yang menggunakan kajian Ilmu Hukum juga ditemukan, namun dengan fokus dan subjek penelitian yang berbeda. Penelitian yang fokus pada masalah kesadaran hukum konsumen terkait produk halal tidak ditemukan. Berbasis pada fakta tersebut, maka penelitian di bawah ini, dianggap relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.

1. Iwan Zainul Fuad (2010, Thesis UNDIP) tentang: “ *Kesadaran Hukum Pengusaha Kecil di Bidang Pangan dalam Kemasan terhadap Regulasi Sertifikasi Produk Halal*”. Penelitian ini menggunakan paradigma *sociological jurisprudence* dan bersifat kuantitatif-kualitatif. Penggunaan paradigma dan sifat penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menilai kesadaran hukum mereka terhadap regulasi sertifikasi produk halal, berikut faktor-faktor yang melatarbelakanginya, serta upaya-upaya peningkatan kesadaran hukumnya, baik dari segi sosial maupun hukumnya. Penelitian ini menggunakan analisa deskriptif-preskriptif untuk meneliti bahan-bahan (data-data) primer dan

sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kesadaran hukum mereka sangat tinggi, namun dengan cara tidak melakukan proses sertifikasi (halal). Langkah yang mereka tempuh tersebut disebabkan oleh berbagai faktor, baik secara ekonomis (birokrasi biaya tinggi), yuridis (ketakutan akan sanksi), hingga kepercayaan (ketidakpercayaan terhadap sertifikasi halal dari MUI). Upaya peningkatan kesadaran hukum yang dilakukan pihak MUI Jawa Tengah sangat minim. Upaya yang dilakukan hanya bersifat preventif. Minimnya upaya tersebut terlihat dari tidak adanya ketentuan definitif mengenai biaya sertifikasi yang berlaku secara universal (untuk semua level usaha), hingga profesionalitas MUI Jawa Tengah dalam menangani proses sertifikasi produk halal.⁴

2. Waluyo (2013) tentang: *“Pengaruh Pemahaman Agama, Motivasi Mendapatkan Profit dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kesadaran Sertifikasi Halal Bagi Produsen Makanan Di Kabupaten Sleman Dan Bantul”* Penelitian kuantitatif dengan analisis regresi berganda ini, bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman agama, motivasi mendapatkan profit serta tingkat pendidikan terhadap kesadaran bersertifikasi halal bagi para produsen makanan di Sleman dan Bantul, serta untuk mengetahui diantara variabel – variabel independen tersebut manakah yang lebih berpengaruh secara signifikan. Hasil penelitian menunjukan bahwa, variabel-variabel independen (pemahaman agama, motivasi mendapatkan profit dan tingkat pendidikan) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kesadaran sertifikasi halal bagi produsen makanan di Sleman dan Bantul dengan besaran pengaruh 66,7%. Adapun variabel independen yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (motivasi

⁴ www.distrodoc.com/117100-kesadaran-hukum-pengu... di akses tanggal 13 Agustus 2016 Pukul 9.20 WIB

bersertifikasi halal) adalah variabel pemahaman agama dan motifasi mendapatkan profit.⁵

3. Dwi Kirana Windikusuma, (2015, Skripsi UNDIP), tentang: “ *Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Sikap dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang*”
Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk menguji pengaruh kesadaran halal (intrinsik dan ekstrinsik) terhadap sikap dan implikasinya terhadap minat beli ulang. Variabel sikap dalam penelitian ini berperan sebagai variabel intervening antara kesadaran halal dan minat beli ulang. Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* terhadap konsumen J.Co beragama muslim dan minimal pernah mengkonsumsi produk J.Co sebanyak satu kali. Kemudian hasil survey diolah dan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kesadaran halal baik intrinsik maupun ekstrinsik berpengaruh negatif dan signifikan terhadap sikap masing- masing -0,270 dan -0,251. Sedangkan untuk variabel sikap terhadap minat beli ulang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan sebesar 0,174. Adapun sikap mutlak berfungsi memediasi antara variabel kesadaran halal dan minat beli ulang.⁶
4. Apriani Nita Lutfiah (2015, Skripsi UIN Malang) Tentang: *„Kesadaran Hukum Pengusaha Rumah Makan Muslim Di Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan Bali Terhadap Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal..* Penelitian yuridis empiris dengan pendekatan kualitatif ini, bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kesadaran hukum pengusaha rumah makan muslim di Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan Bali Terhadap Undang-Undang No.33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, serta faktor yang

⁵ INFERENSI, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan Vol. 7, No. 1, Juni 2013

⁶ eprints.undip.ac.id/45424/1/11_WINDISUKMA.pdf di akses tanggal 13 Agustus 2016 Pukul 9.20 WIB

melatarbelakangi kesadaran hukum mereka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran hukum pengusaha rumah makan muslim di Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan Bali terhadap Undang-Undang No.33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, masih dapat dikatakan rendah. Hal ini dapat terlihat dari 4 indikator yakni Pengetahuan hukum, Pemahaman hukum, sikap hukum dan perilaku hukum para pengusaha. Faktor yang melatarbelakangi kesadaran hukum mereka, antara lain: faktor ekonomi, mengaku sudah terjamin halal dan malas⁷

Penelitian sekarang ini, memiliki kesamaan dengan penelitian Iwan Zainul Fuad dan Apriani, yaitu: 1) merupakan kajian ilmu hukum; 2) mengkaji tentang kesadaran hukum dan; 3) menggunakan pendekatan yuridis empiris. Namun, ada perbedaan yang signifikan, yaitu pada subjek penelitian, dimana subjek penelitian Fuad dan Apriani adalah pelaku usaha, sedangkan penelitian sekarang ini subjeknya adalah konsumen muslim. Sedangkan dengan penelitian Waluyo dan Windikusuma, perbedaannya terletak pada wilayah kajian, dimana penelitian terdahulu masuk wilayah kajian Ilmu ekonomi, dengan pendekatan kuantitatif dan penelitian sekarang masuk kajian Ilmu hukum dengan pendekatan kualitatif. Kebaharuan penelitian sekarang dengan 4 (empat) penelitian sebelumnya, antara lain: 1) subjek penelitian adalah konsumen muslim; 2) fokus penelitian adalah kesadaran hukum, faktor yang mempengaruhi dan upaya yang seharusnya dilakukan di era MEA dan; 3) lokus penelitian bersifat makro yaitu konsumen yang ada di Indonesia, meskipun dengan pendekatan mikro (kualitatif).

⁷ [etheses.uin-malang.ac.id/.../11220088%20Abstrak%20..](https://theses.uin-malang.ac.id/.../11220088%20Abstrak%20..) di akses tanggal 13 Agustus 2016 Pukul 9.20 WIB

F. Kerangka Teori

Teori yang digunakan sebagai pisau analisis adalah teori kesadaran hukum. Menurut Wignjosoebroto kesadaran hukum adalah seluruh kompleks kesediaan warga masyarakat untuk berperilaku sesuai keharusan yang ditetapkan hukum.⁸ Dimensi kesadaran hukum, bisa diketahui dari sisi, pengetahuan, pemahaman, sikap hukum dan perilaku hukum.⁹ Teori ini dielaborasi dengan teori *law of social engineering* dan konsep halal dalam berbagai perspektif serta konsep konsumen.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yuridis empiris ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mengkaji tentang perilaku masyarakat yang timbul akibat berinteraksi dengan sistem norma yang berlaku dalam realitas masyarakat.¹⁰ Artinya, penelitian ini berbasis pada perilaku masyarakat mengenai bangunan kesadaran hukum masyarakat Muslim di Indonesia terkait dengan produk halal.

2. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian adalah di Indonesia. Argumentasinya: 1) Indonesia mayoritas penduduknya beragama Islam; 2) sertifikasi produk halal, juga menjadi perhatian pemerintah Indonesia di era MEA ini, meskipun lebih unggul dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya.

⁸ Setandjo Wignjosoebroto, 2002, *Hukum, Paradigma, Metode dan Dinamika Masalahnya*, Penerbit HUMA, hal. 379-384

⁹ Soerjono Soekanto, 1987, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Rajawali Pers, Jakarta, hal., 217-219

¹⁰ Setandjo Wignjosoebroto, 2002, *Op.cit.* hlm. 213. Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, 2010, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,), hlm. 51. Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004), hlm 134

3. Jenis dan Sumber data

- a. Data primer. Data ini diperoleh langsung dari konsumen muslim di Indonesia. Kriteria konsumen muslim sebagai informan, yaitu : 1) tinggal di wilayah yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam dan; 2) minimal berusia 25 tahun.
- b. Data Sekunder. Data sekunder meliputi, bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat otoritatif, yaitu: Undang-undang dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945; Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 Tentang Pangan; Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821); Undang-Undang RI Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 227 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5360).; Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 295 Tambahan Lembaran Negara Indonesia Nomor 5604) ; Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan; Inpres Tahun 1991 Tentang Peningkatan Pembinaan dan Pengawasan Produksi dan Peredaran Makanan Olahan; Keputusan Bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama RI Nomor: 427/Menkes/SKB/VIII/1985. Nomor 68 Tahun 1985 Tentang Pencantuman Tulisan “Halal” Pada Lebel Makanan; Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor: 82/MENKES/SK/I/1996 Tentang Pencantuman tulisan “Halal” pada Label Makanan, yang diubah dengan Keputusan Menteri Kesehata RI Nomor :924/MENKES/SK/VIII/1996 Tentang Perubahan atas Kepmenkes RI No. 82/Menkes/SK/1996; Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama

dan Menteri Kesehatan No. 472/MENKES/SKB/VIII/1985 dan No. 68/1985 tentang pengaturan tulisan “halal” pada label makanan. Sedangkan bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang bersifat non-otoritatif.¹¹ Misalnya: fatwa MUI, buku, jurnal hukum, termasuk laporan penelitian dan dokumen – dokumen terkait dengan penelitian ini.

4. Teknik pengumpulan data

Data primer diperoleh melalui teknik observasi dan wawancara. Observasi dilakukan terhadap kondisi sosial ekonomi konsumen muslim. Wawancara dilakukan terhadap informan kunci yang dipilih secara *purposive* sesuai dengan tujuan atau memilih informan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan dengan pertimbangan berdasarkan konsep teoretis yang akan digunakan, sehingga diharapkan informasi yang diperoleh bersifat eksploratif dan mendalam.¹² Informan kunci dalam penelitian ini adalah konsumen muslim, dengan kriteria, berada di wilayah atau lingkungan mayoritas muslim. Informan juga dikategorikan menjadi 2 kategori, yaitu: konsumen menengah ke bawah dan konsumen menengah ke atas. Konsumen menengah ke bawah adalah konsumen yang secara ekonomi rendah, pendidikan rendah, pengalaman minim dan hidup serta bergaul di lingkungan masyarakat yang secara sosial ekonomi lemah. Konsumen menengah ke atas adalah konsumen yang secara sosial ekonomi berada pada tingkat menengah ke atas, yaitu memiliki tingkat pendidikan, ekonomi, pengalaman dan hidup serta bergaul di lingkungan menengah ke atas. Bersumber dari informan kunci, kemudian dikembangkan dengan teknik *snowball* dan berakhir hingga informasi

¹¹ Lihat dalam Bambang Sunggono, *Penelitian Hukum Normatif*, (Bandung, CV. Mandar Maju, 2000), hlm.76-79. Lihat juga dalam Abdul Kadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung : PT. Citra Aditya, 2004.hlm. 4-6

¹² Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), hlm. 95.

bersifat "jenuh-homogen" atau tidak terdapat indikasi munculnya informasi baru yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

Untuk memperoleh data sekunder, menggunakan studi literer dengan cara penelusuran bahan hukum primer yang berupa produk hukum dan kebijakan terkait isu hukum yang diteliti dan bahan hukum sekunder. Prosedur pengumpulan bahan hukum yang terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder dilakukan melalui tahapan sebagai berikut : *pertama*, melakukan sistematisasi produk hukum dalam bentuk peraturan perundang-undangan yang menyangkut isu hukum yang diteliti. Sistematisasi peraturan perundang-undangan ini dilakukan untuk menggali sekaligus melakukan inventarisasi pengaturan tentang koperasi syariah. *Kedua*, melakukan klasifikasi peraturan perundang-undangan terkait koperasi syariah. Klasifikasi ini dilakukan atas dasar pendekatan hirarkhis yang bertujuan untuk memudahkan proses mengkaji dan menganalisis. Bahan hukum yang sudah diperoleh kemudian dicatat, diedit, dipelajari, kemudian diambil intisarinya baik dalam bentuk teori, ide, konsep, argumentasi maupun ketentuan-ketentuan hukum terkait. *Ketiga*, menganalisis, yakni menganalisis bahan-bahan hukum yang telah diklasifikasi, dalam hal ini peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan produk halal.

5. Teknik Pengecekan Kredibilitas Data.

Untuk pengecekan kredibilitas data menggunakan teknik triangulasi, baik sumber maupun metode. Teknik triangulasi sumber data primer dilakukan dengan melakukan kroscek dari para informan. Informasi yang didapatkan dituangkan dalam transkrip, uraian data, yang selanjutnya diklasifikasikan sesuai dengan kategori yang telah ditentukan, dan dianalisis serta direfleksikan dengan konsep dan teori yang digunakan. Teknik triangulasi sumber data sekunder juga dilakukan

dengan mengumpulkan bahan hukum primer dan sekunder, kemudian dikelompokkan sesuai dengan kategori yang telah ditentukan sebelumnya, selanjutnya dipahami, didiskripsikan serta dianalisis untuk mendapatkan penjelasan yang komprehensif sesuai dengan konsep dan teori yang digunakan sebagai pisau analisisnya.

Teknik triangulasi metode dilakukan dengan cara memperkaya metode yang digunakan untuk pengambilan sumber data yakni melakukan wawancara dengan tidak hanya satu kali datang, sehingga terpenuhi keabsahan informasi. Setelah dianalisis, dievaluasi serta dicek keabsahannya, data yang telah diperoleh akan dipresentasikan dengan gaya *narrative of self*. Narasi dalam bentuk teks akan mendominasi penelitian, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk menyajikan data dalam bentuk tabel statistik, bagan atau ragaan sebagai data pendukungnya.

6. Teknik analisis

Teknik analisis menggunakan *Interaktif Model* dari Miles dan Huberman¹³, yang meliputi kegiatan, antara lain: peneliti mengumpulkan data baik dari sumber data primer maupun sumber data sekunder, setelah itu semua data yang sudah terkumpul, selanjutnya ditampilkan ataupun disajikan. Data yang diperoleh dari lapangan maupun bahan pustaka pasti sangat beragam, untuk menyortir agar data yang diperoleh itu sesuai dengan kebutuhan, maka selanjutnya dilakukan reduksi data. Reduksi data dimaksudkan agar data yang akan menjadi bahan analisis adalah data yang benar-benar relevan dengan tujuan riset. Jika reduksi data telah selesai, maka langkah selanjutnya adalah penarikan simpulan. Siklus ini dilakukan

¹³ Matthew B. Milles dan A. Michael Huberman, *An Expandedn Soucers Book : Qualitative Data Analipsis*, (Sage Publications, 1992), hlm. 20.

dengan siklus yang tidak terputus.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui gambaran mengenai yang akan dibahas dalam penelitian ini maka akan dipaparkan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I. Bab ini berisi pendahuluan yang didalamnya memaparkan tentang latarbelakang masalah terkait dengan isu yang akan diteliti. Latar belakang masalah memuat tentang pentingnya penelitian dilakukan dan relevansi penelitian dengan kondisi sekarang. Selanjutnya diuraikan tentang rumusan masalah, pembatasan masalah, signifikansi penelitian, penelitian sebelumnya, teori yang digunakan, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II, menguraikan tentang kerangka teoritik dan konseptual yang membahas tentang teori dan konsep yang akan digunakan sebagai pisau analisis. Teori kesadaran hukum diuraikan secara detail dalam bab ini, termasuk indikator kesadaran hukum dari Soerjono Soekanto, dilanjutkan dengan teori *law of social engineering* dan konsep halal dalam berbagai perspektif serta konsep konsumen.

Bab III, menguraikan tentang hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini membahas tentang dinamika hukum dan kebijakan pemerintah Indonesia terhadap produk halal; profil konsumen muslim di Indonesia; pandangan konsumen muslim terhadap produk halal. Pemaparan hasil penelitian dimaksudkan untuk menjelaskan secara detail dan rinci hal-hal yang diperoleh di lapangan, sehingga bisa menjadi pijakan untuk melakukan analisis sesuai dengan tujuan penelitian.

Bab IV merupakan bab inti, yang memaparkan tentang analisis penelitian sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditentukan. Secara detail dalam bab ini memuat analisis tentang, kesadaran hukum konsumen muslim di Indonesia dalam

mengonsumsi produk halal di era MEA dan upaya yang seharusnya dilakukan untuk membangun kesadaran hukum konsumen Muslim terhadap produk halal.

Bab V adalah bab penutup yang berisi tentang simpulan dan saran. Simpulan dan saran yang ada merupakan rangkaian konsistensi dari rumusan masalah dan analisis dari bab sebelumnya.

BAB II

LANDASAN TEORITIK DAN KONSEPTUAL

A. Landasan Teoritik

1. Teori Kesadaran Hukum

Krabbe menyatakan bahwa sumber segala hukum adalah kesadaran hukum.¹⁴ Artinya, hukum hanyalah yang memenuhi kesadaran hukum kebanyakan orang, maka undang-undang yang tidak sesuai dengan kesadaran hukum kebanyakan orang akan kehilangan kekuatan mengikat.¹⁵ Menurut Sudikno Mertokusumo kesadaran hukum adalah kesadaran tentang apa yang seyogyanya kita lakukan atau perbuat atau yang seyogyanya tidak kita lakukan atau perbuat terutama terhadap orang lain.¹⁶ Artinya, kesadaran hukum merupakan cara pandang masyarakat terhadap hukum yang seharusnya dilakukan dan tidak dilakukan, serta penghormatan terhadap hak-hak orang lain. Sedangkan menurut Scholten, kesadaran hukum adalah kesadaran yang ada pada setiap manusia tentang apa hukum itu atau apa seharusnya hukum itu, suatu kategori tertentu dari hidup kejiwaan kita yang membedakan antara hukum dan tidak hukum (*onrecht*), antara yang seyogyanya dilakukan dan tidak dilakukan.¹⁷

Menurut Ilmu hukum, kesadaran hukum selalu disandingkan dengan perasaan hukum sebagaimana dinyatakan oleh van Schmid, sebagai berikut: “*Van rechtsgevoel dient men te preken bij spontaan, onmiddelijk als waarheid vastgestelde*

¹⁴ Soerjono Soekanto, 1982, *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum*, Edisi Pertama, CV. Rajawali, Jakarta, hlm. 152. Lihat juga dalam Van .Apeldoorn, 1980, *Ilmu Hukum*, Jakarta : PT.Pradnya Paramita, hlm.9

¹⁵ Titik Triwulan Tutik, 2009, *Pengantar Ilmu Hukum*, Surabaya : PT.Prestasi Pustaka, hlm.261

¹⁶ Sudikno Mertokusumo, 1981, *Meningkatkan Kesadaran Hukum Masyarakat*, Cetakan Pertama, Edisi Pertama, Liberty, Yogyakarta, Hlm. 3

¹⁷ Paul Scholten: *Algemeen Deen*, Hlm. 166 N.V. Uitgeversmaatschappij W.E.J Tjeenk Willink 1954, Kutipan diambil dari buku Sudikno Mertokusumo, 1981, *Meningkatkan Kesadaran Hukum Masyarakat*, Cetakan Pertama, Edisi Pertama, Liberty, Yogyakarta, hlm.2.

*rechtswaardering, terwijl bik het rechtsbewustzijn men met waarderingen te maken heeft, die eerst middelijk, door nadenken, redeneren en argumentatie aannemelijk gemaakt worden.”*¹⁸ Perasaan hukum diartikan sebagai penilaian hukum yang timbul secara serta merta dari masyarakat. Kesadaran hukum lebih banyak merupakan perumusan dari kalangan hukum mengenai penilaian tersebut, yang telah dilakukannya melalui penafsiran-penafsiran secara ilmiah. Jadi kesadaran hukum merupakan kesadaran atau nilai-nilai yang terdapat di dalam diri manusia tentang hukum yang ada atau tentang hukum yang diharapkan ada.¹⁹ Artinya, kesadaran hukum adalah konsepsi-konsepsi abstrak di dalam diri manusia, tentang keserasaian antara ketertiban dengan ketentraman yang dikehendaki atau yang sepantasnya.

Menurut Apeldoorn, ada beberapa hal yang harus ditekankan dalam pengertian kesadaran hukum; *pertama*, kesadaran tentang **‘apa itu hukum’** berarti kesadaran bahwa hukum itu merupakan perlindungan kepentingan manusia, karena pada prinsipnya hukum merupakan kaedah yang fungsinya untuk melindungi kepentingan manusia; *kedua*, kesadaran tentang **‘kewajiban hukum kita terhadap orang lain’** berarti dalam melaksanakan hak hukum dibatasi oleh hak orang lain terhadap hukum itu; *ketiga*, kesadaran tentang **adanya atau terjadinya ‘tindak hukum’** berarti kesadaran hukum baru dipersoalkan, jika ada pelanggaran hukum..²⁰

Lebih lanjut, berbincang mengenai kesadaran hukum, terkait erat dengan ketaatan hukum Artinya, kesadaran hukum suatu masyarakat menyangkut masalah tentang apakah ketentuan hukum tersebut dipatuhi atau tidak oleh suatu masyarakat dimana hukum tersebut berlaku. Faktor yang menyebabkan masyarakat

¹⁸ Schmid dalam Soerjono Soekanto, 1982 *Op.Cit.* hlm.151

¹⁹ Soerjono Soekanto, 1982, *Ibid*, hlm 152

²⁰ Van .Apeldoorn, 1980, *Ilmu Hukum*, Jakarta : PT.Pradnya Paramita, hlm.9

mematuhi hukum, antara lain :*pertama*, compliance, yaitu kepatuhan berdasarkan harapan akan imbalan dan usaha untuk menghindarkan diri dari sanksi jika melanggar hukum; *kedua*, identification, terjadi apabila ada kepatuhan terhadap kaidah hukum dan bukan karena nilai instrinsiknya, namun agar keanggotaan kelompok tetap terjaga serta ada hubungan baik dengan mereka yang diberi wewenang untuk menerapkan kaidah hukum. Daya tarik kepatuhan adalah keuntungan yang diperoleh dari hubungan tersebut sehingga kepatuhan tergantung pada baik buruknya interaksi; *ketiga*, internalization, pada tahap ini seseorang mematuhi kaidah hukum karena secara instrinsik kepatuhan mempunyai imbalan, dimana kepentingan para warga masyarakat terjamin oleh wadah hukum yang ada.²¹

Kutschinsky berpendapat bahwa ada empat (4) faktor yang mempengaruhi kesadaran hukum masyarakat , antara lain: *pertama*, pengetahuan terhadap hukum positif yang berlaku. Pengetahuan seseorang mengenai beberapa perilaku tertentu yang diatur oleh hukum. Pengetahuan tersebut berkaitan dengan perilaku yang dilarang atau yang diperbolehkan oleh hukum. Masyarakat dianggap mengetahui isi suatu peraturan manakala peraturan tersebut telah di undangkan; *kedua*, pengetahuan terhadap isi hukum. Informasi yang dimiliki seseorang mengenai isi peraturan hukum. Artinya, pengetahuan hukum adalah, pengertian terhadap isi dan tujuan dari suatu peraturan hukum, tertulis dan manfaatnya bagi para pihak; *ketiga*, sikap hukum. Yaitu, suatu kecenderungan menerima hukum karena ada penghargaan terhadap hukum yang bermanfaat jika hukum itu ditaati dan; *keempat*, pola perilaku hukum yang merupakan hal utama dari kesadaran hukum.²²

²¹ Soerjono Soekanto, 1982, *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum*, Edisi Pertama, CV. Rajawali, Jakarta, Hlm, 159

²² Soerjono Soekanto, 1982, *ibid*, hlm 159

Zainudin Ali menyimpulkan bahwa masalah kesadaran hukum warga masyarakat sebenarnya menyangkut faktor-faktor apakah suatu ketentuan hukum tertentu diketahui, dipahami, ditaati, dan dihargai? Apabila warga masyarakat hanya mengetahui adanya suatu ketentuan hukum, maka taraf kesadaran hukumnya lebih rendah dari mereka yang memahaminya, dan seterusnya. Hal itulah yang disebut *legal consciousness* atau *knowledge and opinion about law*. Lebih lanjut menurut Zainudin, hal yang berkaitan dengan kesadaran hukum, antara lain: 1) pengetahuan hukum Bila suatu perundang-undangan telah diundangkan dan diterbitkan menurut prosedur yang sah dan resmi, maka secara yuridis peraturan perundang-undangan itu berlaku. Kemudian timbul asumsi bahwa setiap warga masyarakat dianggap mengetahui adanya undangundang tersebut; 2) pemahaman hukum Melalui pemahaman hukum, masyarakat diharapkan memahami tujuan peraturan perundang-undangan serta manfaatnya bagi pihak-pihak yang kehidupannya diatur oleh peraturan perundangan-undangan tersebut; 3) penataan hukum Seorang warga masyarakat menaati hukum karena berbagai sebab, yaitu: takut sanksi negatif apabila melanggar hukum; menjaga hubungan baik dengan penguasa; menjaga hubungan baik dengan rekan-rekan sesamanya ; sesuai dengan nilai-nilai yang dianut dan kepentingannya terjamin; 4) pengharapan terhadap hukum Suatu norma hukum akan dihargai oleh warga masyarakat apabila mereka mengetahui, memahami, dan mentaatinya. Artinya, dapat merasakan bahwa hukum tersebut menghasilkan ketertiban serta ketenteraman. Artinya, hukum tidak hanya berkaitan dengan segi lahiriah dari manusia, akan tetapi juga dari segi batiniah; 5) peningkatan kesadaran hukum Peningkatan kesadaran hukum seyogyanya dilakukan melalui penyuluhan hukum yang teratur atas dasar perencanaan yang mantap. Tujuan utama dari

penyuluhan hukum adalah, agar masyarakat memahami hukum, sesuai masalah hukum yang sedang dihadapi..²³

Beranjak dari pemaparan di atas, maka bisa dikemukakan bahwa kesadaran hukum adalah kesadaran masyarakat tentang hukum yang seyogyanya dilakukan dan tidak dilakukan. Artinya, kesadaran hukum merupakan cara pandang masyarakat terhadap hukum yang seharusnya dilakukan dan tidak dilakukan, serta penghormatan terhadap hak orang lain. Kesadaran hukum masyarakat di pengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu: pengetahuan hukum, terhadap hukum positif yang berlaku, pengetahuan terhadap isi hukum, sikap hukum dan pola perilaku hukum. Oleh karena itu, jika pengetahuan, pemahaman, sikap dan perilaku hukum masyarakat belum sesuai dengan hukum yang berlaku maka, belum ada kesadaran hukum.

2. Teori *law of social engineering*

Law as a tool of sosial engineering merupakan teori yang dikemukakan oleh Roscoe Pound, yang berarti hukum sebagai alat pembaharuan dalam masyarakat, atau hukum diharapkan dapat berperan merubah nilai sosial dalam masyarakat. Sebagai penegasan, Pound adalah salah satu ahli hukum yang beraliran *Sociological Jurisprudence* yang lebih mengarahkan perhatiannya pada "Kenyataan Hukum" daripada kedudukan dan fungsi hukum dalam masyarakat. Kenyataan hukum pada dasarnya adalah kemauan publik, dan tidak hanya sekedar hukum dalam pengertian *law in book*. *Sociological Jurisprudence* menunjukkan kompromi yang cermat antara hukum tertulis sebagai kebutuhan masyarakat hukum demi terciptanya kepastian

²³ Ali Zainudin, 2009, *Sosiologi Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, hlm 66-69

hukum (*positivism law*) dan *living law* sebagai wujud penghargaan terhadap pentingnya peranan masyarakat dalam pembentukan dan orientasi hukum.²⁴

Konsepsi “*law as a tool of social engineering*” yang merupakan inti pemikiran dari aliran *pragmatic legal realism*, oleh Mochtar Kusumaatmadja dikembangkan di Indonesia. Menurut Mochtar Kusumaatmadja, konsepsi hukum sebagai sarana pembaharuan masyarakat Indonesia lebih luas ruang lingkungannya daripada di Amerika Serikat tempat kelahirannya. Alasannya karena, lebih menonjolnya perundang-undangan dalam proses pembaharuan hukum di Indonesia dan ditolaknya mekanisme dari konsepsi tersebut akan mengakibatkan hasil yang sama daripada penerapan faham legisme yang banyak ditentang di Indonesia. Sifat mekanisme itu nampak dengan digunakannya istilah “*tool*” oleh Roscoe Pound.²⁵

Beranjak dari hal tersebut, maka Kusumaatmadja menggunakan istilah “sarana” daripada “alat”. Disamping disesuaikan dengan situasi dan kondisi di Indonesia konsepsi tersebut dikaitkan pula dengan filsafat budaya dari Northrop dan *policy-oriented* dari Laswell dan Mc Dougal²⁶. Hukum yang digunakan sebagai sarana pembaharuan itu dapat berupa undang-undang atau yurisprudensi atau kombinasi keduanya. Agar supaya dalam pelaksanaan perundang-undangan yang bertujuan untuk pembaharuan itu dapat berjalan sebagaimana mestinya, hendaknya perundang-undangan yang dibentuk sesuai dengan yang menjadi inti pemikiran aliran *sociological Jurisprudence*, dimana hukum yang baik hendaknya sesuai dengan hukum yang hidup didalam masyarakat. Jika hukum tidak sesuai dengan yang

²⁴ Lili Rasjidi dan Ira Thania Rasjidi, *Dasar-dasar Filsafat dan Teori Hukum*, PT. Citra AdityaBakti, Bandung, 2007, hlm.66

²⁵ Mochtar Kusumaatmadja, 2002, *Hukum, Masyarakat dan Pembinaan Hukum Nasional*, Jakarta: Binacipta, hlm.9

²⁶ Ibid hlm 9

hidup di masyarakat, maka tidak dapat dilaksanakan dan akan mendapat pertentangan dari masyarakat.²⁷

Fungsi hukum sebagai sarana pembaharuan masyarakat, dapat pula diartikan, bahwa hukum digunakan sebagai alat oleh *agent of change* yang merupakan pelopor perubahan yaitu seseorang atau sekelompok orang yang mendapatkan kepercayaan masyarakat sebagai pemimpin dari satu atau lebih lembaga-lembaga kemasyarakatan. Pelopor ini melakukan penekanan untuk mengubah sistem sosial mempengaruhi masyarakat dengan sistem yang direncanakan terlebih dahulu disebut *social engineering* ataupun *planning* atau sebagai alat rekayasa sosial. Artinya, *law as a tool of social engineering* dapat pula dimaknai sebagai sarana yang ditujukan untuk mengubah perilaku warga masyarakat, sesuai dengan tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Salah satu masalah yang dihadapi di dalam bidang ini adalah apabila terjadi apa yang dinamakan oleh Gunnar Myrdal sebagai *soft development* yaitu dimana hukum-hukum tertentu yang dibentuk dan diterapkan ternyata tidak efektif.²⁸ Lebih lanjut, dipertegas bahwa, faktor yang menyebabkan tidak efektif dapat berasal dari pembentuk hukum, penegak hukum, para pencari keadilan, maupun golongan lain dalam masyarakat.

Hukum di dalam masyarakat modern saat ini mempunyai ciri menonjol yaitu penggunaannya telah dilakukan secara sadar oleh masyarakatnya. Di sini hukum tidak hanya dipakai untuk mengukuhkan pola-pola kebiasaan dan tingkah laku yang terdapat dalam masyarakat, melainkan juga untuk mengarahkannya kepada tujuan-tujuan yang dikendaki, menghapuskan kebiasaan yang dipandangnya tidak sesuai lagi, menciptakan pola-pola kelakuan baru dan sebagainya. Inilah yang disebut

²⁷ Lili Rasjidi, Ira Thania Rasjidi, 2002, *Pengantar Filsafat Hukum*, Mandar Maju, Bandung, hlm.

²⁸ Soekanto Soerjono, 2009, *Pokok-Pokok Sosiologi Hukum*, Jakarta, Rajawali Pers, hlm. 135

sebagai pandangan modern tentang hukum yang menjurus kepada penggunaan hukum sebagai instrument yaitu *law as a tool social engineering*. Penggunaan secara sadar yaitu penggunaan hukum sebagai sarana mengubah masyarakat atau sarana pembaharuan masyarakat bisa disebut juga sebagai *social engineering by the law*.²⁹

Langkah yang diambil dalam *social engineering* itu bersifat sistematis, dimulai dari identifikasi problem sampai kepada jalan pemecahannya, antara lain: 1) mengenal problem yang dihadapi sebaik-baiknya, termasuk mengenali dengan seksama masyarakat yang hendak menjadi sasaran dari penggarapan tersebut; 2) memahami nilai-nilai yang ada dalam masyarakat, hal ini penting dalam hal *social engineering* hendak diterapkan pada masyarakat yang majemuk, seperti tradisional, modern dan perencanaan; 3) membuat hipotesa-hipotesa dan memilih mana yang paling layak untuk bisa dilaksanakan; 4) mengikuti jalannya penerapan hukum dan mengukur efek-efeknya.

Berdasarkan pemikiran di atas, maka hukum memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam memacu percepatan pembangunan suatu negara. Usaha ini tidak semata-mata dalam rangka memenuhi tuntutan pembangunan jangka pendek tetapi juga jangka menengah serta jangka panjang walaupun disadari setiap saat hukum dapat berubah sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Pada negara berkembang seperti Indonesia pembangunan hukum menjadi prioritas utama, terlebih lagi jika negara yang dimaksud merupakan negara yang baru merdeka dari penjajahan bangsa lain. Oleh karena itu pembangunan hukum di negara berkembang senantiasa mengesankan adanya peranan ganda, yaitu sebagai upaya untuk melepaskan diri sendiri dari lingkaran struktur kolonial. Upaya tersebut terdiri dari

²⁹ Rahardjo, Satjipto, 2006, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 206

penghapusan, penggantian dan penyesuaian ketentuan hukum warisan kolonial guna memenuhi tuntutan masyarakat nasional. Kedua, pembangunan hukum berperan pula dalam mendorong proses pembangunan, terutama pembangunan dalam bidang ekonomi yang memang diperlukan dalam rangka mengejar ketertinggalan dari negara maju, dan demi kesejahteraan masyarakat.

B. Landasan Konseptual

1. Konsep Konsumen.

Kata konsumen berasal dari bahasa Inggris *consumer* atau *consument* (Belanda). Pengertian Konsumen di Amerika Serikat dan MEE, kata “Konsumen” yang berasal dari *consumer* sebenarnya berarti “pemakai”. Namun, di Amerika Serikat kata dapat diartikan lebih luas lagi sebagai “korban pemakaian produk yang cacat”, baik korban tersebut pembeli, bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan juga korban yang bukan pemakai, karena perlindungan hukum dapat dinikmati pula bahkan oleh korban yang bukan pemakai. Konsumen adalah pribadi yang menderita kerugian (jiwa, kesehatan, maupun benda) akibat pemakaian produk yang cacat untuk keperluan pribadinya. Jadi Konsumen yang dapat memperoleh kompensasi atas kerugian yang dideritanya adalah “pemakai produk cacat untuk keperluan pribadi”.³⁰

Menurut berbagai pendapat yang tertuang dalam naskah akademik Rancangan Undang-undang Perlindungan Konsumen, disebutkan bahwa: *pertama*, Badan Pembinaan Hukum dalam Nasional-Departemen Kehakiman (BPHN), menyusun batasan tentang konsumen akhir, yaitu pemakai akhir dari barang, digunakan untuk keperluan diri sendiri atau orang lain, dan tidak untuk

³⁰ Agus Brotosusilo, makalah “Aspek-Aspek Perlindungan Terhadap Konsumen dalam Sistem Hukum di Indonesia”, (Jakarta: YLKI-USAID, 1998) hal. 46.)

diperjualbelikan; *kedua*, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mengemukakan bahwa konsumen adalah pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat bagi kepentingan diri sendiri, keluarga atau orang lain dan tidak untuk diperdagangkan kembali; *ketiga*, . Fakultas Hukum Universitas Indonesia (FH-UI) bekerjasama dengan Departemen Perdagangan RI, menyebutkan bahwa konsumen adalah setiap orang atau keluarga yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan.³¹

Pengertian yuridis formal ditemukan dalam pasal 1 angka (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atau disebut dengan UUPK, yaitu *“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”* Berdasarkan pengertian yang telah dipaparkan diatas dapat disimpulkan bahwa Konsumen adalah pihak yang memakai, membeli, menikmati, menggunakan barang dan /atau jasa dengan tujuan untuk kepentingan pribadi, keluarga, dan rumah tangganya.

Secara lebih rinci, pengertian tersebut mengandung beberapa unsur, antara lain: *pertama*, setiap orang. Maksudnya adalah orang perorangan dan termasuk juga badan usaha (badan hukum atau non badan hukum); *kedua*, pemakai. Pasal 1 angka (2) UUPK hendak menegaskan bahwa UUPK menggunakan kata “pamakai” untuk pengertian konsumen sebagai onsumen akhir (end user). Hal ini disebabkan karena pengertian pemakai lebih luas, yaitu semua orang mengkonsumsi barang dan/atau jasa untuk diri sendiri; *ketiga*, barang dan/jasa. Barang yaitu segala macam benda

(berdasarkan sifatnya untuk diperdagangkan) dan dipergunakan oleh konsumen. Jasa yaitu layanan berupa pekerjaan atau prestasi yang tersedia untuk digunakan oleh konsumen; *keempat*, tersedia dalam masyarakat. Barang dan/jasa yang akan diperdagangkan telah tersedia di pasaran, sehingga masyarakat tidak mengalami kesulitan untuk mengkonsumsinya; *kelima*, digunakan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain atau makhluk hidup lain dan; *keenam*, tidak untuk diperdagangkan. Artinya, untuk dikonsumsi sendiri. Pengertian Konsumen dalam UUPK dipertegas, hanya sebagai konsumen akhir, yaitu konsumen tidak memperdagangkan barang dan/jasa yang telah diperolehnya, namun untuk dikonsumsi sendiri.

Nasution mengklasifikasikan pengertian Konsumen menjadi tiga bagian, yaitu: 1) konsumen dalam arti umum, yaitu pemakai, pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat dan/atau jasa untuk tujuan tertentu; 2) konsumen antara yaitu pemakai, pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat dan/atau jasa untuk diproduksi menjadi barang dan/jasa lain untuk memperdagangkannya (distributor) dengan tujuan komersial. Konsumen antara ini sama dengan pelaku usaha dan; 3) konsumen akhir yaitu, pemakai, pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan sendiri, keluarga atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali. Konsumen akhir inilah yang dengan jelas diatur dalam UUPK.³²

Konsumen memiliki posisi yang sangat penting dalam kegiatan ekonomi dan menjadi faktor penting bagi kelancaran dunia usaha bagi pelaku usaha, karena konsumen yang akan mengkonsumsi barang dan/jasa yang diproduksi oleh pelaku

³² www.pemantauperadilan.com. AZ.Nasution, *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Tinjauan Singkat UU Nomor 8 Tahun 1999*, diakses pada 26 September 2016

usaha tanpa memperdagangkannya kembali, yang mana akan memberikan keuntungan bagi pelaku usaha untuk kelangsungan usahanya. Konsumen sebagai pemakai barang/jasa memiliki hak dan kewajiban. Pengetahuan tentang hak konsumen sangat penting agar orang bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri, sehingga jika ada tindakan yang tidak adil mereka menyadari hal tersebut.

Hak dan kewajiban tertuang dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu: 1) hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.; 2) hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; 3) hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; 4) hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; 5) hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; 6) hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen; 7) hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; 8) hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak semestinya.; 9) hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Kewajiban konsumen, antara lain: 1) membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Oleh karena itu konsumen; 2) beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa; 3) membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; 4) mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Widyahartono menyebutkan bahwa, dalam deklarasi hak konsumen yang dikemukakan oleh John F. Kennedy tanggal 15 Maret 1962, menghasilkan empat hak dasar konsumen (the four consumer basic rights), yaitu: 1) hak untuk Mendapat dan Memperoleh Keamanan atau the Right to be Secured; 2) hak untuk Memperoleh informasi atau the Right to be informed; 3) hak untuk Memilih atau the Right to Choose; 4) hak untuk Didengarkan atau the Right to be Heard.³³

Konsumen tentunya harus mengetahui hak-hak dan kewajiban, dengan tidak diam saja saat hak konsumen dilanggar, karena hak-hak tersebut telah dilindungi oleh negara dengan adanya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Oleh karena itu, antara konsumen dengan pelaku usaha seharusnya memahami hak dan kewajiban masing-masing, karena hak dari konsumen merupakan kewajiban pelaku usaha, begitu juga sebaliknya, kewajiban konsumen merupakan hak dari pelaku usaha.

2. Konsep Produk halal

Menurut Pasal 1 Ayat (1) Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal atau disingkat dengan UU JPH, yang dimaksud dengan produk adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang guna yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Sedangkan menurut Pasal 1 Ayat (2) UU JPH yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Berdasarkan kedua bunyi pasal di atas, maka yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang berupa barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat,

24 ³³ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta Selatan: Visi Media, 2008, hlm..

kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetika, serta barang-barang yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.

Secara etimologi kata “halal” sendiri berasal dari bahasa Arab (الحلال) yang artinya membebaskan, memecahkan, membubarkan dan membolehkan. Sedangkan dalam ensiklopedi hukum Islam halal adalah, segala sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum jika menggunakannya, atau sesuatu yang boleh dikerjakan menurut syara’.³⁴ Sedangkan menurut buku petunjuk teknis sistem produksi halal yang diterbitkan oleh Kementerian Agama menyebutkan bahwa halal adalah: sesuatu yang dibolehkan menurut ajaran Islam.³⁵ Berdasarkan kedua pengertian tersebut, dapat dimaknai bahwa produk halal adalah produk yang baik yang dibolehkan menurut ajaran Islam, yaitu sesuai dalam Al-Qur’an dan Al-hadits.

Islam mengatur mengenai pengertian makanan yang halal dan baik yaitu segala makanan yang dapat membawa kesehatan bagi tubuh, dapat menimbulkan nafsu makan dan tidak ada larangan dalam Al-Qur’an maupun hadits. Tetapi dalam hal yang lain diperlukan keterangan yang lebih jelas berdasarkan ijtima’ dan Qiyas (ra’yi/ijtihad) terhadap sesuatu nash yang sifatnya umum yang harus digali oleh ulama agar kemudian tidak menimbulkan hukum yang syub-had (menimbulkan keraguan). Para ulama telah ijtima’ tentang halalnya binatang-binatang ternak seperti unta, sapi, dan kambing serta diharamkannya segala sesuatu yang bisa menimbulkan bahaya baik dalam bentuk keracunan, timbulnya penyakit atau adanya efek sampingan (side-effect).³⁶

³⁴ Abdul Aziz Dahlan et al; *Ensiklopedi hukum Islam*, hlm.24

³⁵ Bagian proyek sarana dan prasarana produk halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, *Petunjuk teknis pedoman sistem produksi halal*, Departemen Agama RI, Jakarta, 2003. hlm. 3

³⁶ Hussein Bahresy, *Pedoman Fiqh Islam*, Surabaya, Al-Ikhlâs, 1981, hlm. 303

Prinsip pertama yang ditetapkan Islam, pada asalnya : segala sesuatu yang diciptakan Allah itu halal.tidak ada yang haram, kecuali jika ada nash (dalil) yang shahih (tidak cacat periwayatannya) dan sharih (jelas maknanya) yang mengharamkannya³⁷. *Artinya : Pada asalnya, segala sesuatu itu mubah (boleh) sebelum ada dalil yang mengharamkannya.*³⁸ Para ulama, dalam menetapkan prinsip segala sesuatu asal hukumnya boleh, merujuk pada beberapa ayat dalam al Qur'an : *ما فى لكم خلق الذى هو : جميعا الارض* *Artinya : Dialah yang menciptakan untuk kalian segala sesuatu di bumi. (Al-Baqarah:29)''*. Dari sinilah wilayah keharaman dalam syariat Islam sesungguhnya sangatlah sempit, sebaliknya wilayah kehalalan terbentang sangat luas, jadi selama segala sesuatu belum ada nash yang mengharamkan atau menghalalkannya, maka akan kembali pada hukum asalnya, yaitu boleh yang berada di wilayah kemaafan Tuhan.

Lebih lanjut, dalam hal makanan, ada yang berasal dari binatang dan ada pula yang berasal dari tumbuh-tumbuhan. Ada binatang darat dan ada pula binatang laut. Ada binatang suci yang boleh dimakan dan ada pula binatang najis dan keji yang terlarang memakannya. Demikian juga makanan yang berasal dari bahan-bahan tumbuhan. untuk seterusnya marilah kita mempelajari keterangan dari Al-Qur'an dan Hadits yang menyatakan makanan dan minuman yang halal dan yang haram dan kesimpulan hukum yang diambil dari pada keduanya. Kepedulian Allah Swt sangat besar terhadap soal makanan dan aktifitas makan untuk makhluknya. Hal ini tercermin dari firmanNya dalam al Qur'an mengenai kata tha'am yang berarti "makanan" yang terulang sebanyak 48 kali dalam berbagai bentuknya. Ditambah

³⁷ Yusuf Qardhawi, *Halal Haram Dalam Islam*, Solo, Era Intermedia, 2003, hlm.36

³⁸ Abdul Wahhab Khallaf, *Ilmu Ushul Fiqh*, Semarang, Dina Utama, 1994, cet.1, hlm.127.

pula dengan kata *akala* yang berarti "makan" sebagai kata kerja yang tertulis sebanyak 109 kali dalam berbagai derivasinya, termasuk perintah "makanlah" sebanyak 27 kali. Sedangkan kegiatan yang berhubungan dengan makan yaitu "minum" yang dalam bahasa Al-Qur'an disebut *syariba* terulang sebanyak 39 kali.³⁹

Betapa pentingnya makanan untuk kehidupan manusia, maka Allah Swt mengatur bahwa aktifitas makan selalu diikuti dengan rasa nikmat dan puas, sehingga manusia sering lupa bahwa makan itu bertujuan untuk kelangsungan hidup dan bukan sebaliknya hidup untuk makan. Pada dasarnya semua makanan dan minuman yang berasal dari tumbuh-tumbuhan sayur-sayuran, buah-buahan dan hewan adalah halal kecuali yang beracun dan membahayakan nyawa manusia.⁴⁰ Dasar hukum Al-Qur'an tentang makanan halal, misalnya: 1) Allah SWT berfirman yang artinya "*dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rizkikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadaNya*". QS. Al-Mai'dah 88); 2) dalam surat An-Nahl Artinya : "*Makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepadaNya menyembah*". (QS. An-Nahl). Ayat-ayat di atas bukan saja menyatakan bahwa mengkonsumsi yang halal hukumnya wajib karena merupakan perintah agama, tetapi menunjukkan juga hal tersebut merupakan salah bentuk perwujudan dari rasa syukur dan keimanan kepada Allah. Sebaliknya, mengkonsumsi yang tidak halal dipandang sebagai mengikuti ajaran syaitan.

³⁹ H.M.K. Bakri, *Hukum Pidana Dalam Islam*, Solo, Ramadhani, hlm. 143, lihat juga dalam Tiench Tirta winata, *Makanan Dalam Perspektif Al Qur'an Dan Ilmu Gizi*" Jakarta, Balai Penerbit FKUI, 2006, hlm.1

⁴⁰ Bagian proyek sarana dan prasarana produk halal, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*, Jakarta, Departemen Agama RI, 2003. hlm. 7

Al Qur'an menyebut makanan yang di haramkan pada pokoknya hanya ada empat yaitu dalam surat Al-Baqarah ayat 173, artinya: *“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Akan tetapi, barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang ia tidak menginginkannya, tidak (pula) melampaui batas, maka sesungguhnya Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang”* (QS. Al-Baqoroh (2): 173). Ayat menjelaskan bahwa makanan yang diharamkan diantaranya : a.. bangkai, yang termasuk kategori bangkai adalah hewan yang mati dengan tidak disembelih ; termasuk didalamnya hewan yang mati tercekik, dipukul, jatuh, ditanduk dan diterkam oleh hewan buas, kecuali yang sempat kita menyembelihnya, hanya bangkai ikan dan belalang saja yang boleh kita makan. b. Darah, sering pula diistilahkan dengan darah yang mengalir, maksudnya adalah darah yang keluar pada waktu penyembelihan (mengalir) sedangkan darah yang tersisa setelah penyembelihan yang ada pada daging setelah dibersihkan dibolehkan. Dua macam darah yang dibolehkan yaitu jantung dan limpa. c. Babi, apapun yang berasal dari babi hukumnya haram baik darahnya, dagingnya, maupun tulangnya; d. . Binatang yang ketika disembelih menyebut selain nama Allah.⁴¹

Berdasarkan pemaparan di atas dapat dikemukakan bahwa, syarat-syarat produk halal menurut syariat Islam adalah : a. Halal dzatnya a. Halal cara memperolehnya b. Halal dalam memprosesnya c. Halal dalam penyimpanannya d. Halal dalam pengangkutannya e. Halal dalam penyajiannya. Ada dua pengertian yang bisa kita kategorikan kehalalannya yaitu halal dalam mendapatkannya dan halal dzat atau substansi barangnya. Halal dalam mendapatkannya maksudnya adalah benar

⁴¹ Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, *Tanya Jawab Seputar Poduki Halal*, Jakarta, 2003, hlm 17

dalam mencari dan memperolehnya. Tidak dengan cara yang haram dan tidak pula dengan cara yang batil. Makanan yang pada dasar dzatnya halal namun cara memperolehnya dengan jalan haram seperti; mencuri, hasil korupsi dan perbuatan haram lainnya, maka secara otomatis berubah status hukumnya menjadi makanan haram.

3. Masyarakat Ekonomi ASEAN.

Masyarakat Ekonomi ASEAN (ASEAN Economic Community) atau di Indonesia lebih dikenal dengan istilah MEA, merupakan pola mengintegrasikan ekonomi ASEAN dengan cara membentuk sistem perdagangan bebas atau *free trade* antara negara-negara anggota ASEAN. Para anggota ASEAN termasuk Indonesia telah menyepakati suatu perjanjian Masyarakat Ekonomi ASEAN tersebut. Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) antar negara ASEAN yang dilaksanakan di Kuala Lumpur pada tanggal 1997 dimana para pemimpin ASEAN akhirnya memutuskan untuk melakukan pengubahan ASEAN menjadi suatu kawasan makmur, stabil dan sangat bersaing dalam perkembangan ekonomi yang berlaku adil dan dapat mengurangi kesenjangan dan kemiskinan sosial ekonomi. Pada KTT Bali bulan Oktober pada tahun 2003, para pemimpin ASEAN mengeluarkan pernyataan bahwa Masyarakat Ekonomi ASEAN akan menjadi sebuah tujuan dari perilaku integrasi ekonomi regional di tahun 2020, ASEAN Security Community dan beberapa komunitas sosial Budaya ASEAN merupakan dua pilar yang tidak bisa terpisahkan dari komunitas ASEAN. Seluruh pihak diharapkan agar dapat bekerja sama secara kuat didalam membangun komunitas ASEAN di tahun 2020.⁴²

⁴² <http://seputarpengertian.blogspot.co.id/2014/08/Pengertian-karakteristik-masyarakat-ekonomi-asean.html> diakses tanggal 3 Oktober 2016 Pukul 22.15 WIB

Lebih lanjut, pertemuan antar Menteri Ekonomi ASEAN yang diselenggarakan di bulan Agustus 2006 di Kuala Lumpur, Malaysia mulai bersepakat untuk bisa memajukan masyarakat Ekonomi ASEAN dengan target yang jelas dan terjadwal dalam pelaksanaannya. Di KTT ASEAN yang ke-12 di bulan Januari 2007, para pemimpin mulai menegaskan komitmen mereka tentang melakukan percepatan pembentukan komunitas ASEAN di tahun 2015 yang telah diusulkan oleh ASEAN Vision 2020 dan ASEAN Concord II, dan adanya penandatanganan deklarasi CEBU mengenai percepatan pembentukan komunitas ekonomi ASEAN di tahun 2015 dan untuk melakukan perubahan ASEAN menjadi suatu daerah perdagangan yang bebas barang, investasi, tenaga kerja terampil, jasa dan aliran modal.⁴³

Masyarakat Ekonomi ASEAN adalah suatu realisasi dari tujuan akhir terhadap integrasi ekonomi yang telah dianut didalam ASEAN Visi 2020 berdasarkan atas konvergensi kepentingan para negara anggota ASEAN untuk memperluas dan memperdalam integrasi ekonomi lewat inisiatif yang ada dengan memiliki batas waktu yang jelas. Di dalam mendirikan masyarakat ekonomi ASEAN, ASEAN harus melakukan tindakan sesuai dengan prinsip terbuka, berorientasi ke luar, terbuka, dan mengarah pada pasar ekonomi yang teguh dengan peraturan multilateral serta patuh terhadap sistem untuk pelaksanaan dan kepatuhan komitmen ekonomi yang efektif berdasarkan aturan. MEA akan membentuk ASEAN menjadi pasar dan basis dari produksi tunggal yang dapat membuat ASEAN terlihat dinamis dan dapat bersaing dengan adanya mekanisme dan langkah-langkah dalam memperkuat pelaksanaan baru yang berinisiatif ekonomi; mempercepat perpaduan regional yang ada disektor prioritas; memberikan fasilitas terhadap gerakan bisnis, tenaga kerja

⁴³ Ibid

memiliki bakat dan terampil; dan dapat memperkuat kelembagaan mekanisme di ASEAN.

Di saat yang sama, MEA akan mengatasi kesenjangan pada pembangunan dan melakukan percepatan integrasi kepada negara Laos, Myanmar, Vietnam dan Kamboja lewat Initiative for ASEAN integration dan inisiatif dari regional yang lainnya. Adapun bentuk kerjasamanya adalah: 1) pengembangan pada sumber daya manusia dan adanya peningkatan kapasitas; 2) pengakuan terkait kualifikasi profesional; 3) konsultasi yang lebih dekat terhadap kebijakan makro keuangan dan ekonomi; 4) memiliki langkah-langkah dalam pembiayaan perdagangan; 5) meningkatkan infrastruktur; 6) melakukan pengembangan pada transaksi elektronik lewat e-ASEAN; 7) memperpadukan segala industri yang ada diseluruh wilayah untuk dapat mempromosikan sumber daerah dan; 8) meningkatkan peran dari sektor swasta untuk dapat membangun MEA.

Karakteristik utama Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), antara lain: 1) Pasar dan basis produksi tunggal; 2) Kawasan ekonomi yang kompetitif; 3) Wilayah pembangunan ekonomi yang merata dan; 4) Daerah terintegrasi penuh dalam ekonomi global. Karakteristik tersebut saling berkaitan kuat dengan memasukkan unsur-unsur yang dibutuhkan dari masing-masing karakteristik dan harus memastikan konsistensi dan keterpaduan dari unsur-unsur serta pelaksanaannya yang tepat dan saling mengkoordinasi di antara para pemangku kepentingan yang relevan.

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

A. Dinamika Hukum dan Kebijakan Produk Halal di Indonesia

Indonesia dengan penduduknya yang mayoritas Islam, tentunya sangat berkepentingan untuk mengetahui halal atau tidaknya produk yang di beli dan akan dikonsumsi. Misalnya, pangan yang halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang menyangkut bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi pangan, dan yang pengelolaannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam. Kondisi tersebut, tentu saja menjadikan kaum muslim Indonesia sebagai konsumen pasar yang besar dan sangat potensial, sehingga negara harus memberikan perhatian terhadap jaminan akan kehalalan suatu produk.

Perlindungan negara terhadap produk halal, selain sebagai bentuk berkewajiban melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk mewujudkan kesejahteraan umum, juga sebagai wujud jaminan negara dalam memberikan kemerdekaan tiap-tiap penduduknya untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadat menurut agamanya dan kepercayaannya itu. Oleh karena itu, dalam konteks pembahasan ini akan ditelusuri hukumkebijakan mengenai produk halal di Indonesia.

Hukum dan kebijakan halal di Indonesia baru menjadi konsentrasi pemerintah, pada masa pemerintahan orde baru yaitu sejak dikeluarkannya Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor : 280/Men. Kes/Per/XI/76 Tentang Ketentuan Peredaran dan Penandaan Pada Makanan ang Mengandung Bahan Berasal dari Babi. Pertimbangan Peraturan Menteri ini, adalah makanan yang mengandung

bahan berasal dari babi merupakan makanan yang terlarang bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Pasal 2 ayat (1) Peraturan Menteri ini menyebutkan bahwa, pada wadah atau bungkus makanan yang diproduksi di dalam negeri maupun yang berasal dari impor yang mengandung bahan yang berasal dari babi harus dicantumkan tanda peringatan. Lebih lanjut Pasal 2 Ayat (2) menyebutkan bahwa, tanda peringatan tersebut yang dimaksud ayat (1) harus berupa gambar babi dan tulisan yang berbunyi : "MENGANDUNG BABI" dan harus ditulis dengan huruf besar berwarna merah dengan ukuran sekurang-kurangnya Univers medium corps 12, di dalam suatu garis kotak persegi yang juga berwarna merah. Pasal 3 menyebutkan, tanda peringatan tersebut pada pasal 2 harus tercetak pada wadah atau bungkus direkatkan dengan perekat yang sesuai, sehingga tidak mudah terlepas. Pasal 4 menyebutkan bahwa, makanan yang mengandung bahan yang berasal dari babi yang tidak memenuhi persyaratan tersebut pada pasal 2 dan 3, dilarang diedarkan di Indonesia.⁴⁴

Beranjak dari Peraturan Menteri Kesehatan tersebut di atas, bisa dikemukakan bahwa, meskipun tidak mengatur tentang produk halal secara luas, dan hanya mengatur mengenai produk makanan yang berasal dari babi, namun paling tidak sudah ada perhatian dari pemerintah terhadap kehalalan suatu produk makanan yang membahayakan dan dilarang untuk dikonsumsi oleh ajaran umat muslim.

Pada tahun 1985, dengan pertimbangan bahwa produk makanan halal merupakan masalah yang fundamental bagi konsumen muslim, karena kehalalan suatu produk menjadi pertimbangan utama untuk mengkonsumsinya dan merupakan hal yang tidak biasa ditawarkan oleh seorang Muslim, sehingga untuk memberikan

⁴⁴ Lihat dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor : 280/Men. Kes/Per/XI/76 Tentang Ketentuan Peredaran dan Penandaan Pada Makanan yang Mengandung Bahan Berasal dari Babi

kejelasan bagi pemeluk agama Islam terhadap halal/tidaknya makanan hasil produksi dalam negeri yang beredar/dijual kepada masyarakat, dipandang perlu adanya ketentuan pencantuman tulisan “Halal” pada label makanan, maka dikeluarkan Keputusan Bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama RI Nomor: 427/Menkes/SKB/VIII/1985. Nomor 68 Tahun 1985 Tentang Pencantuman Tulisan “Halal” Pada Label Makanan. Keputusan bersama ini ditetapkan pada tanggal 12 Agustus 1985 oleh Menteri Agama Munawir Sjadzali dan Menteri Kesehatan Suwardjono Surjoningrat.

Keputusan bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama Nomor : 427/MENKES/SKB/VIII/1985, menyebutkan bahwa, makanan “halal” adalah semua jenis makanan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang terlarang/haram dan atau yang diolah menurut hukum-hukum agama Islam. Produsen yang mencantumkan tulisan “halal” pada label/penandaan makanan produknya bertanggung jawab terhadap halalnya makanan tersebut bagi pemeluk agama Islam. Sesuai dengan peraturan yang berlaku, label harus dapat memberikan informasi yang tidak menyesatkan mengenai sifat, bahan kandungan, asal, daya tahan, nilai dan kegunaannya. Mengingat label adalah penyampai informasi kepada masyarakat, jadi sudah selayaknya informasi yang dimuat pada label adalah sebenar-benarnya dan tidak menyesatkan.

Secara lebih rinci Pasal 1, 2 dan 4 SKB Menteri Agama dan Menteri Kesehatan Nomor :427/MENKES/SKB/VIII/1985 menyebutkan bahwa : Pasal 1 berbunyi “ *dalam Keputusan Bersama ini yang dimaksud dengan : a. Makanan ialah semua jenis makanan dan minuman yang beredar/dijual kepada masyarakat, termasuk Bahan Tambahan Makanan dan Bahan Penolong sebagaimana ditetapkan oleh Menteri Kesehatan RI. b. Makanan yang halal ialah semua jenis makanan yang*

tidak mengandung unsure atau bahan yang terlarang/haram dan atau yang diolah/diproses menurut hukum agama Islam. c. Tulisan “Halal” adalah tulisan yang dicantumkan pada label/penandaan yang memberikan jaminan tentang halalhnya makanan tersebut bagi pemeluk agama Islam”. Pasal 2 berbunyi: “Produsen yang mencantumkan tulisan “Halal” pada label/penandaan makanan produknya bertanggungjawab terhadap halalhnya makanan tersebut bagi pemeluk agama Islam”. Sedangkan Pasal 4 berbunyi: (1) “Pengawasan preventif terhadap pelaksanaan ketentuan Pasal 2 Keputusan Bersama ini dilakukan oleh Tim Penilaian Pendaftaran Makanan pada Departemen Kesehatan RI cq. Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan. (2) Dalam Tim Penilaian Pendaftaran Makanan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Pasal ini, diikut sertakan unsure Departemen Agama RI. (3) Pengawasan di lapangan terhadap pelaksanaan ketentuan Pasal 2 Keputusan Bersama ini dilakukan oleh aparat Departemen Kesehatan RI”..

Berdasarkan ketentuan tersebut, ijin pencantuman Label didasarkan atas laporan sepihak perusahaan kepada Departemen Kesehatan RI tentang proses pengolahan dan komposisi bahan, belum didasarkan atas sertifikasi halal. Sertifikasi halal di Indonesia baru dilakukan semenjak didirikan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) tahun 1989.

Pembentukan LPPOM MUI juga merupakan salah satu kebijakan terkait dengan produk halal di Indonesia, karena pembentukan LPPOM MUI didasarkan atas mandat dari Pemerintah atau negara agar Majelis Ulama Indonesia (MUI) berperan aktif dalam meredakan kasus lemak babi di Indonesia pada tahun 1988. LPPOM MUI didirikan pada tanggal 6 Januari 1989 untuk melakukan pemeriksaan dan sertifikasi halal. Untuk memperkuat posisi LPPOM MUI menjalankan fungsi sertifikasi halal, maka pada tahun 1996 ditandatangani Nota Kesepakatan Kerjasama

antara Departemen Agama, Departemen Kesehatan dan MUI. Nota kesepakatan tersebut kemudian disusul dengan penerbitan Keputusan Menteri Agama (KMA) 518 Tahun 2001 dan KMA 519 Tahun 2001, yang menguatkan MUI sebagai lembaga sertifikasi halal serta melakukan pemeriksaan atau audit, penetapan fatwa, dan menerbitkan sertifikat halal.

LPOM MUI dalam proses dan pelaksanaan sertifikasi halal, melakukan kerjasama dengan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (Badan POM), Kementerian Agama, Kementerian Pertanian, Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta sejumlah perguruan Perguruan Tinggi di Indonesia antara lain Institut Pertanian Bogor (IPB), Universitas Muhammadiyah Dr. Hamka, Universitas Djuanda, UIN, Universitas Wahid Hasyim Semarang, serta Universitas Muslimin Indonesia Makasar. Sedangkan kerjasama dengan lembaga telah terjalin dengan Badan Standarisasi Nasional (BSN), Kadin Indonesia Komite Timur Tengah, GS1 Indonesia, dan Research in Motion (Blackberry). Khusus dengan Badan POM, sertifikat halal MUI merupakan persyaratan dalam pencantuman label halal pada kemasan untuk produk yang beredar di Indonesia.

Pada tahun 1980an ini, sebenarnya ada 17 buah produk peraturan perundang-undangan yang bisa dijadikan sebagai landasan hukum untuk melindungi konsumen muslim dari produk yang tidak halal (haram), baik yang terkait langsung maupun tidak langsung, yang mengatur masalah produk halal. Misalnya, Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 1983 tentang Kesehatan Masyarakat, Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan Mutu dan Gizi Pangan, Surat Keputusan Menteri Pertanian Nomor 555/Kpts/TN.240/9/1986 tentang Syarat-

syarat Rumah Pemotongan Hewan dan Usaha Pemotongan Hewan, Surat Keputusan Menteri Pertanian Nomor.557/Kpts/TN-520/9/1987 tentang Syarat-syarat Rumah Pemotongan Hewan Unggas dan Usaha Pemotongan Unggas, Surat Keputusan Menteri Pertanian Nomor.413 /Kpts/TN-310/7/1992 tentang Pemotongan Hewan Potong dan Penanganan Daging Serat Ikutannya, dan lain-lain.

Lebih lanjut pada tahun 1991, keluar Inpres Tahun 1991 Tentang Peningkatan Pembinaan dan Pengawasan Produksi dan Peredaran Makanan Olahan. Melalui instruksi Nomor 2 tahun 1991. pada tanggal 12 Juni 1991, menginstruksikan kepada Menteri Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat, Menteri Dalam Negeri, Menteri Kesehatan, Menteri Perindustrian, Menteri Pertanian, Menteri Perdagangan, Menteri Agama dan para Gubernur/Kepala Daerah Tingkat I, untuk meningkatkan pembinaan dan pengawasan produksi dan peredaran makanan olahan.

Pada instruksi Presiden tersebut, antara lain menyatakan bahwa masyarakat perlu dilindungi terhadap produksi dan peredaran makanan yang tidak memenuhi syarat terutama dari segi mutu, kesehatan, keselamatan dan keyakinan agama. Agar pelaksanaan instruksi tersebut tercapai perlu dilakukan peningkatan dan pengawasan kegiatan produksi, peredaran dan atau pemasaran makanan olahan yang dilakukan secara terus menerus dan terkoordinir. Sampai saat ini, secara umum kelanjutan dari instruksi Presiden tersebut belum terlihat secara nyata penerapannya baik di kalangan industri atau instansi berwenang yang mempunyai kekuatan hukum, namun paling tidak sudah ada niat baik dari pemerintah untuk memberikan perhatian dan melindungi segenap konsumen Muslim di Indonesia.

Pada tahun 1996, juga telah lahir Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1996 Tentang Pangan atau biasa disebut dengan Undang-undang pangan. Pasal 30 Undang-undang ini memberikan kewajiban bagi pelaku usaha

untuk mencantumkan label halal pada setiap produk pangan kemasan. Pasal 30 Undang-undang Pangan berbunyi “ *Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan. (2) Label, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), memuat sekurang-kurangnya keterangan mengenai: a. nama produk; b. daftar bahan yang digunakan; c. berat bersih atau isi bersih; d. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia; e. keterangan tentang halal; dan f. tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa*”.

Bunyi pasal tersebut bisa dimaknai bahwa, kewajiban pencantuman label pada produk pangan ada pada individu atau *person* sebagai subjek hukum. Hal ini terlihat dari subjek hukum yaitu kata “*setiap orang*”. Padahal sebagaimana yang kita ketahui bahwa yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan tidak hanya dilakukan oleh orang sebagai individu melainkan juga sebuah badan hukum atau *rech person* sebagai subjek hukum. Oleh karena itu, seharusnya kewajiban pencantuman label pada produk pangan tidak hanya pada “*setiap orang*” melainkan juga pada “*badan hukum*”. Di sisi lain kata “*dikemas untuk diperdagangkan*” mengindikasikan bahwa makanan yang wajib diberi label halal hanya yang dikemas dan siap untuk diperdagangkan (*pre-packaged*), tetapi tidak berlaku bagi perdagangan pangan yang dibungkus langsung di depan pembeli. Kelemahan tersebut tentunya harus mendapat perhatian lebih lanjut dari pemerintah.

Lebih lanjut, mengacu pada ketentuan di atas, maka pencantuman halal bukanlah suatu kewajiban kecuali apabila setiap orang yang memproduksi pangan dan atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan

menyatakan bahwa pangan yang bersangkutan adalah halal bagi umat Islam. Padahal negara harus memberikan jaminan kepada warga negaranya untuk menjalankan agamanya masing-masing. Bagi umat Islam, mengkonsumsi pangan yang halal selain toyyibah adalah suatu kewajiban dan wujud ketaatan terhadap perintah Allah SWT sehingga seharusnya negara memerintahkan mencantumkan keterangan halal bagi setiap orang yang memproduksi pangan dan atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan. Kita juga menyadari bahwa dengan globalisasi yang telah terjadi mengakibatkan banyak pangan dari negara lain yang masuk ke Indonesia tanpa pencantuman label termasuk label halal. Sebagai konsumen terbesar di Indonesia, kaum muslim sering tidak menyadari adanya kondisi tersebut. Hal ini tentu saja menimbulkan kerugian dan kemudharatan bagi muslim tersebut. Untuk itulah, sudah sepatutnya negara menjamin kehalalan pada seluruh pangan yang ada di Indonesia. Sehingga hanya pangan yang haram saja lah yang seharusnya dicantumkan label haram.

Tujuan pemberian label pada pangan yang dikemas adalah agar masyarakat yang membeli dan/ atau mengkonsumsi pangan memperoleh informasi yang benar dan jelas tentang setiap produk pangan yang dikemas, baik menyangkut asal, keamanan, mutu, kandungan gizi, maupun keterangan lain yang diperlukan sebelum memutuskan akan membeli dan atau mengkonsumsi pangan tersebut. Ketentuan ini berlaku bagi pangan yang telah melalui proses pengemasan akhir. Keterangan halal untuk suatu produk pangan sangat penting bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam. Namun, menurut Penjelasan Pasal 30 ayat (2) huruf f, pencantumannya pada label pangan baru merupakan kewajiban apabila setiap orang yang memproduksi pangan dan atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan menyatakan bahwa pangan yang bersangkutan

adalah halal bagi umat Islam. Adapun keterangan tentang halal dimaksudkan agar masyarakat terhindar dari mengkonsumsi pangan yang tidak halal (haram). Pencantuman halal pada label pangan, dianggap telah terjadi pernyataan dimaksud dan setiap orang yang membuat pernyataan tersebut bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan itu.

Bahwa tidak hanya masalah yang berhubungan dengan kesehatan saja yang perlu diinformasikan secara benar dan tidak menyesatkan melalui label dan iklan pangan, namun perlindungan secara batiniah perlu diberikan kepada masyarakat. Masyarakat Islam merupakan jumlah terbesar dari penduduk Indonesia yang secara khusus dan non diskriminatif perlu dilindungi melalui pengaturan halal. Bagaimanapun kepentingan agama atau kepercayaan lainnya tetap dilindungi melalui tanggung jawab pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan bagi keperluan tersebut. Keterangan label ditulis atau dicetak atau ditampilkan secara tegas dan jelas dengan menggunakan bahasa Indonesia, angka Arab, dan huruf Latin sehingga mudah dimengerti oleh masyarakat.

Ketentuan teknis tentang pelaksanaan Labelisasi yang didasarkan atas hasil sertifikasi halal, pada tahun 1996 dikeluarkan dengan Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor : 82/Menkes/SK/I/1996 Tentang Pencantuman tulisan “Halal” pada Label Makanan yang diubah dengan Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor : 924/Menkes/SH/VIII/1996 Tentang Perubahan atas Kepmenkes RI No. 82/Menkes/SK/1996. Tulisan dan logo “Halal” berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan RI tersebut, dapat dicantumkan jika makanan tidak mengandung unsur atau bahan yang terlarang atau haram dan telah memperoleh Sertifikasi Halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) serta Surat Persetujuan Pencantuman Tulisan Halal

pada Label dari Departemen Kesehatan (sekarang Badan POM). Makanan halal (berdasarkan Permenkes RI No. 82 Tahun 1996) adalah semua jenis makanan dan minuman yang tidak mengandung unsur atau bahan yang terlarang/haram dan atau yang diolah/diproses menurut hukum agama Islam.

Pasal 3 Permenkes tersebut di atas menyebutkan bahwa : (1) Produk makanan yang dapat mencantumkan tulisan “Halal” sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 meliputi : a. Mie; b. Bumbu masak; c. Kecap; d. Biskuit; e. minyak goreng; f. Coklat/permen; g. Susu, es krim; h. Daging dan hasil olahannya; i. Produk yang mengandung minyak hewan, gelatine, shortening, lecithin; j. Produk lain yang dianggap perlu (2) Produk makanan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) harus : a. memenuhi persyaratan makanan halal berdasarkan hukum Islam; b. diproduksi sesuai dengan cara pengolahan makanan halal sebagaimana terlampir dalam Lampiran Keputusan ini. Lebih lanjut, Pasal 8 menyebutkan : *“Produsen dan Importir yang akan mengajukan permohonan pencantuman tulisan “Halal” wajib siap diperiksa oleh petugas tim gabungan dari Majelis Ulama Indonesia dan Direktorat Jenderal Pengawas Obat dan Makanan yang ditunjuk oleh Direktur Jenderal”*.

Pasal 10 : (1) “Hasil pemeriksaan sebagaimana dimaksud Pasal 8 dari hasil pengujian laboratorium sebagaimana dimaksud Pasal 9 dilakukan evaluasi oleh tim ahli Majelis Ulama Indonesia; (2) Hasil evaluasi sebagaimana dimaksud ayat (1) disampaikan kepada Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia untuk memperoleh fatwa; (3) Fatwa Majelis Ulama Indonesia sebagaimana dimaksud ayat (2) berupa pemberian sertifikat halal bagi yang memenuhi syarat atau berupa penolakan”. Pasal 11 : “Persetujuan penulisan label “Halal” diberikan berdasarkan fatwa dari Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia”. Pasal 12 : (1) “berdasarkan fatwa dari Majelis Ulama Indonesia, Direktur Jenderal memberikan : a. persetujuan bagi yang

memperoleh sertifikat “Halal”; b. penolakan bagi yang tidak memperoleh sertifikat “Halal”; (2) Penolakan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf b diberikan secara tertulis kepada pemohon disertai alasan penolakan”. Pasal 17 : “Makanan yang telah mendapat persetujuan pencantuman tulisan “Halal” sebelum ditetapkannya keputusan ini, harus\ menyesuaikan dengan ketentuan dalam keputusan selambatlambatnya 3 (tiga) bulan sejak ditetapkannya keputusan ini”.

Berdasarkan pasal 10 dan 11 Kepmenkes no 924/Menkes/SK/VIII/1996 tentang perubahan atas Kepmenkes No. 82/Menkes/SK/I/1996, pada tahun 1996 Depkes, Depag, dan MUI membuat kesepakatan tentang labelisasi halal. Kesepakatan itu intinya bahwa permintaan sertifikasi dan Label Halal dilakukan melalui satu pintu pemeriksaan yang dilakukan Tim Gabungan dari unsur-unsur ketiga pihak. Hasil pemeriksaan kemudian disidangkan oleh Tim Pakar MUI untuk selanjutnya dibahas dalam Komisi Fatwa MUI. Berdasarkan Fatwa MUI yang dituangkan dalam Sertifikasi Halal, Departemen Kesehatan memberikan ijin pencantuman label halal atas produk yang bersangkutan.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yang lahir tahun 1999, juga memuat tentang perlindungan konsumen muslim. Pasal 2 Undang-undang Perlindungan Konsumen, berbunyi: *“Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum”*. Pasal 4 UUPK juga menetapkan hak-hak konsumen sebagai berikut: a. Hak atas keamanan, kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur dan mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; d. Hak untuk

didengar pendapat atau keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen; g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur secara tidak diskriminatif; h. Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya. Pasal 5 UUPK mengatur mengenai kewajiban konsumen, yaitu: a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan; b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa; c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Pasal 8 UUPK menyatakan bahwa, pengusaha dilarang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan; tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut; tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya; tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut, tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut; tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan dan promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut; tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu

penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu, tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label; tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat, tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Berdasarkan pasal-pasal di atas jelas bahwa konsumen berhak mendapatkan yang benar, jelas dan jujur dan mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa dan berkewajiban membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Berarti kewajiban pengusaha yang membuat produk harus memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

Berdasarkan hak-hak konsumen tersebut, maka penyampaian informasi yang berkaitan dengan produk harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Hal tersebut dilakukan untuk melindungi hak-hak konsumen. Penyampaian informasi yang berkaitan dengan produk makanan harus memberikan jaminan bahwa produk makanan tersebut adalah halal. Bagi orang muslim ketentuan mengenai informasi halal tidaknya suatu produk merupakan hal yang penting, karena menyangkut pelaksanaan syariat. Maka baiklah bilamana di Indonesia yang masyarakatnya mayoritas muslim dapat terjamin haknya untuk mengetahui halal tidaknya suatu produk. Jadi dalam pemberian sertifikasi halal bertujuan memberikan kepastian hukum dan perlindungan hukum terhadap konsumen.

Seiring dengan Undang-undang Pelindungan Konsumen, pada tahun 1999 juga dikeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan. Peraturan Pemerintah ini, mengatur tentang label pangan yang tertuang pada Bab II, yang terdiri dari limabelas bagian. Sama dengan Pasal 30 ayat (1) UU Pangan, Pasal 2 ayat (1) Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan Pangan ini, juga memerintahkan agar setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan ke wilayah Indonesia yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan. Pencantuman label tersebut dilakukan sedemikian rupa sehingga tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak, dan terletak pada bagian kemasan pangan yang mudah dilihat dan dibaca.

Pasal 3 Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan pangan ini, mengamanatkan bahwa label yang dicantumkan itu memuat keterangan sekurang-kurangnya tentang; a. nama produk; b. daftar bahan yang digunakan; c. berat bersih atau isi bersih; d. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia; e. tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa. Pengaturan keterangan yang sekurang-kurangnya harus dimuat pada label pangan ini berbeda dengan pengaturan pada Pasal 30 ayat (2) Undang-undang Pangan, yaitu pengaturan pencantuman keterangan tentang halal pada label pangan ada dalam satu pasal bersama-sama dengan: a. nama produk; b. daftar bahan yang digunakan; c. berat bersih atau isi bersih; d. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan e. pangan ke dalam wilayah Indonesia; f. tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa.

Sedangkan di Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan Pangan, pengaturan pencantuman keterangan tentang halal pada label pangan dimuat pada

pasal tersendiri yaitu pada Pasal 10 dan Pasal 11. Akan tetapi, agar tidak terlihat adanya pemisahan antara label pangan dengan keterangan halal sebagai bagian dari keterangan yang setidaknya harus termuat dalam label, maka Peraturan Pemerintah ini membuat suatu benang merah dengan menyatakan bahwa pernyataan halal tersebut merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Label. Pasal 10 ayat (1) menyatakan bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada Label. Pencantuman keterangan halal atau tulisan "halal" pada label pangan merupakan kewajiban apabila pihak yang memproduksi dan atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia menyatakan (mengklaim) bahwa produknya halal bagi umat Islam. Penggunaan bahasa atau huruf selain bahasa Indonesia dan huruf Latin, harus digunakan bersamaan dengan padanannya dalam bahasa Indonesia dan huruf Latin. Kebenaran suatu pernyataan halal pada label pangan tidak hanya dibuktikan dari segi bahan baku, bahan tambahan pangan, atau bahan bantu yang digunakan dalam memproduksi pangan, tetapi harus pula dapat dibuktikan dalam proses produksinya

Untuk mendukung kebenaran pernyataan halal, setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib memeriksakan terlebih dahulu pangan tersebut pada lembaga pemeriksa yang telah diakreditasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan yang berlaku. Pemeriksaan tersebut dilaksanakan berdasarkan pedoman dan tata cara yang ditetapkan oleh Menteri Agama dengan mempertimbangkan dan saran lembaga keagamaan yang memiliki kompetensi di

bidang tersebut (lihat Pasal 11 Ayat (1) dan pasal 9 Ayat (1) Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan Pangan).

Dinamika hukum dan kebijakan mengenai produk halal sebenarnya tidak berhenti pada tahun 1999, namun pada tahun 2001 lahirlah, Keputusan Menteri Agama RI Nomor 518 Tahun 2001 Tentang Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan Penetapan Pangan Halal; Keputusan Menteri Agama RI Nomor 519 Tahun 2001 Tentang Lembaga Pelaksana Pemeriksaan Pangan Halal Menteri Agama Republik Indonesia; Keputusan Menteri Agama Nomor 518 tanggal 30 November 2001 tentang Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal dan; Keputusan Menteri Agama Nomor 519 tanggal 30 November 2001 tentang Lembaga Pelaksana Pemeriksaan Pangan Halal. Pada tahun 2009, lahir Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2009 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan, dan pada tahun 2012 lahir Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan.

Undang-undang Pangan yang baru tersebut juga mengatur tentang Jaminan Produk halal, yang tertuang dalam Bagian Kedelapan tentang Jaminan Produk Halal bagi yang Dipersyaratkan, khususnya dalam Pasal 95 yang berbunyi: “ (1) *Pemerintah dan Pemerintah Daerah melakukan pengawasan terhadap penerapan sistem jaminan produk halal bagi yang dipersyaratkan terhadap Pangan. (2) Penerapan sistem jaminan produk halal bagi yang dipersyaratkan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan*”. Lebih lanjut dalam Bab VIII tentang, Label Dan Iklan Pangan Bagian Kesatu tentang Label Pangan mulai dari Pasal 96 sampai dengan Pasal 103, mengatur salah satunya tentang pencantuman label halal.

Hukum dan kebijakan mengenai produk halal semakin mendapatkan perhatian serius dari pemerintah, sehingga pada tahun 2014 lahir Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal atau disebut dengan istilah UUJPH. Kelahiran UUJPH ini ternyata masih menimbulkan polemik sehingga ada tuntutan untuk segera direvisi. Argumentasi tuntutan untuk merevisi adalah UUJPH memberatkan dunia usaha dan sulit diterapkan, UUJPH juga dapat menjegal serbuan produk tidak halal dari berbagai negara, terutama saat Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) diberlakukan pada akhir 2015.⁴⁵

Beranjak dari paparan di atas, bisa dikemukakan bahwa dinamika hukum dan kebijakan mengenai produk halal di Indonesia mengalami pasang surut. Perhatian pemerintah tentang produk halal diawali sejak orde baru, namun masih hanya sebatas pada produk makanan. Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai lembaga independen memiliki peran yang besar terhadap perkembangan produk halal di Indonesia. Majelis Ulama Indonesia juga mempelopori adanya label dan sertifikasi halal terhadap produk yang diperdagangkan, sejak tahun 1989 dan menjadi acuan awal bagi perkembangan label dan sertifikasi halal saat ini.

B. Profil Konsumen Muslim di Indonesia

Hasil proyeksi penduduk menunjukkan bahwa jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2016 sebanyak 258.705 ribu orang (<https://www.bps.go.id/Subjek/view/id/12#subjekView>). Prosentasi jumlah penduduk beragama Islam di Indonesia mengalami penurunan dari 87,18% menjadi 85% di tahun 2016, meskipun demikian jumlah penduduk yang beragama Islam di Indonesia masih menduduki tingkat paling tinggi dibandingkan dengan agama lainnya (Lihat dalam *nasional.republika.co.id* ›

⁴⁵ Lihat dalam www.kemenperin.go.id/.../UU-Jaminan-Produk-Halal- (diakses tanggal 23 Oktober 2014, Pukul 20.20 WIB).

News › Nasional) . Komposisi penduduk Indonesia menurut agama berdasarkan hasil sensus penduduk 2010, sebagaimana terlihat dalam tabel di bawah ini.

No.	Agama	Jumlah	Persentase
1.	Islam	207,176,162	87.18
2.	Kristen	16,528,513	6.96
3.	Katholik	6,907,873	2.91
4.	Hindu	4,012,116	1.69
5.	Budha	1,703,254	0.72
6.	Khong Hu Cu	117,091	0.05
7.	Lainnya	299,617	0.13
8.	Tidak Terjawab	139,582	0.06
9.	Tidak Terjawab	757,118	0.32
Jumlah		237,641,326	100

Data Badan Pusat Statistik 2010

Berdasarkan pada prosentasi jumlah penduduk muslim di Indonesia tersebut, maka rasio jumlah konsumen muslim di tahun 2016 juga sebanyak 85% dari jumlah penduduk. Artinya, jika jumlah penduduk di Indonesia pada tahun 2016 sebanyak 258.705 ribu orang, maka 219.899,25 orang beragama Islam, sehingga konsumen muslim di Indonesia pada tahun 2016 adalah sebanyak 219.899,25 orang yang menyebar di 35 Provinsi dan 514 Kabupaten/Kota seluruh Indonesia.

Di lihat dari tingkat pendidikan, maka konsumen muslim di Indonesia berpendidikan maksimal lulus SMP/Sederajat sebesar 40,93 persen. Artinya, konsumen yang lulus Sekolah Menengah Atas sampai dengan Perguruan Tinggi

sebanyak 59, 07 persen. Hal ini bisa menjadi salah satu indikator bahwa konsumen muslim di Indonesia ada dua (2) kategori, yaitu konsumen muslim menengah ke atas, dan konsumen muslim kelas bawah. Konsumen muslim kelas bawah, ditandai dengan pendidikan maksimal SLTP, dengan pendapatan rata-rata per bulan maksimal Rp. 2.500.000, sedangkan konsumen muslim kelas menengah ke atas, adalah mereka yang memiliki tingkat pendidikan SLTA ke atas, dengan pendapatan Rata-rata di atas Rp. 5000.000,- ke atas. Untuk konsumen muslim dengan pendidikan antara SLTP s.d SLTA dan pendapatan rata-rata antara 2.500.000 s.d Rp. 5000.000, faktanya mereka bisa masuk kategori menengah ke atas, dan juga bisa masuk kategori kelas bawah, tergantung pada tingkat pemahaman mereka terhadap produk halal.

Menurut Center for Middle Class Institute (MCI), lembaga *tink tank* yang didirikan oleh Inventure bersama Majalah SWA, setelah melakukan survei kualitatif, berhasil memetakan profil konsumen kelas menengah muslim Indonesia, menjadi empat kriteria .Apathist, Conformist, Rationalist, dan Universalist.⁴⁶

Pertama, Apathis: “Emang Gue Pikirin?” Sosok ini adalah tipe konsumen yang memiliki pengetahuan, wawasan, dan seringkali tingkat kesejahteraan ekonomi yang masih rendah. Di samping itu, konsumen ini memiliki kepatuhan dalam menjalankan nilai-nilai Islam yang juga rendah. Konsumen tipe ini umumnya tidak memiliki pemahaman yang cukup mengenai produk-produk berlabel Islam atau menawarkan value proposition yang Islami. Karena itu mereka tak begitu peduli apakah suatu produk bermuatan nilai-nilai keislaman ataupun tidak.

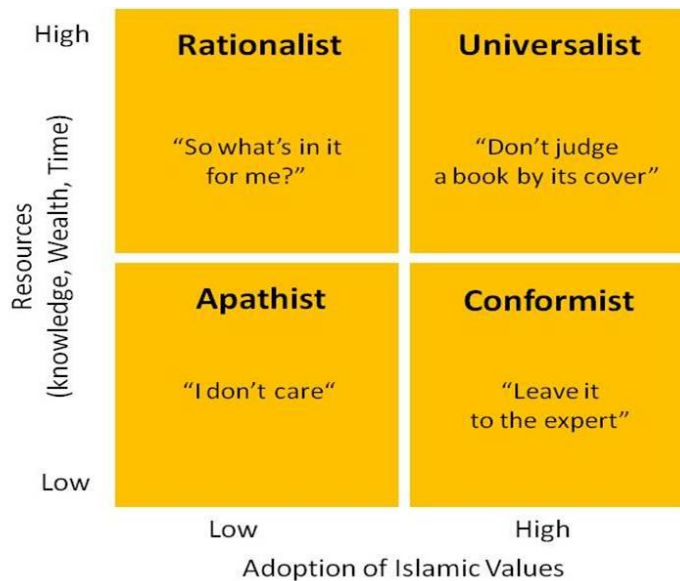
Kedua, rationalist: “Gue Dapat Apa?” Sosok ini adalah tipe konsumen yang memiliki pengetahuan, open-minded, dan wawasan global, tetapi memiliki tingkat

⁴⁶ Lihat dalam ([www.yuswohady .com /.../ marketing-to-the-middle-clas](http://www.yuswohady.com/.../marketing-to-the-middle-clas)). (diakses tanggal 21 Oktober 2016, pukul 20.30)

kepatuhan pada nilai-nilai Islam yang lebih rendah. Segmen ini sangat kritis dan pragmatis dalam melakukan pemilihan produk berdasarkan parameter kemanfaatannya. Namun dalam memutuskan pembelian, mereka cenderung mengesampingkan aspek-aspek ketaatan pada nilai-nilai Islam. Bagi mereka label Islam, value proposition syariah, atau kehalalan bukanlah menjadi pertimbangan penting dalam mengambil keputusan pembelian.

Ketiga, conformist: “Pokoknya Harus Islam” Sosok ini adalah tipe konsumen muslim yang umumnya sangat taat beribadah dan menerapkan nilai-nilai Islam secara normatif. Karena keterbatasan wawasan dan sikap yang konservatif/tradisional, sosok konsumen ini cenderung kurang membuka diri (less open-minded, less inclusive) terhadap nilai-nilai di luar Islam khususnya nilai-nilai Barat. Untuk mempermudah pengambilan keputusan, mereka memilih produk-produk yang berlabel Islam atau yang di-“endorsed” oleh otoritas Islam atau tokoh Islam panutan.

Keempat, universalist: “Islami Itu Lebih Penting” Sosok konsumen muslim ini di satu sisi memiliki pengetahuan/wawasan luas, pola pikir global, dan melek teknologi; namun di sisi lain secara teguh menjalankan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Mereka memahami dan menerapkan nilai-nilai Islam secara substantif, bukan normatif. Mereka lebih mau menerima perbedaan dan cenderung menjunjung tinggi nilai-nilai yang bersifat universal. Mereka biasanya tidak malu untuk berbeda, tetapi di sisi lain mereka cenderung menerima perbedaan orang lain. Singkatnya mereka adalah sosok yang toleran, open-minded, dan inklusif terhadap nilai-nilai di luar Islam.



Matriks tersebut tersusun atas dua dimensi perilaku konsumen, yaitu tingkat sumber daya (resources) yang dimiliki oleh konsumen muslim dan tingkat adopsi (adoption) mereka terhadap nilai-nilai Islam. Dua faktor tersebut sangat signifikan memengaruhi perilaku mereka dalam memutuskan pembelian atau mengonsumsi produk. Dua faktor tersebut memengaruhi cara pandang mereka terhadap unique value proposition (UVP), baik UVP syariah maupun UVP konvensional, yang ditawarkan. Konsumen muslim di Indonesia memang memiliki kekhasan tersendiri, meskipun memiliki penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia bukanlah negara Islam, sehingga kaum muslimin di negeri ini terbuka pada eksposur perkembangan budaya global. Akulturasi budaya Islam, global, dan budaya lokal Indonesia melahirkan pasar muslim yang unik dan berbeda dengan pasar muslim di negara lain.

C. Pandangan Konsumen Muslim terhadap Produk Halal

Pandangan konsumen muslim Indonesia terhadap produk halal mengalami perubahan signifikan jika dibandingkan dengan beberapa tahun yang lalu. Jika dulu konsumen muslim tidak memperhatikan produk halal, namun sekarang produk halal (produk yang sudah ada label halal), baik makanan, minuman, kosmetik, obat-

obatan dan lain-lain mulai dilirik dan menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen. Kondisi tersebut pada akhirnya menjadikan perusahaan berlomba-lomba memberikan label halal pada produknya.

Menurut hasil survei *Center for Middle Class Institute* terdapat 95% konsumen kosmetik mengecek label halal saat membeli produk. Selain itu, konsumen muslim juga sangat berminat dengan bank syariah dan mulai peduli untuk menghindari riba. Hal ini dibuktikan dengan tumbuhnya bank syariah hingga mencapai 40 % pertahun. Kaum wanita muslim (muslimah) juga semakin konsern untuk menutup auratnya, terbukti dengan munculnya fenomena revolusi hijab.”⁴⁷ Kondisi konsumen kelas menengah tersebut tentu berbeda dengan kondisi konsumen kelas bawah. Pada konsumen kelas bawah, tidak memiliki pengetahuan dan pemahaman yang mendetail tentang produk halal. Pandangan mereka tentang produk halal adalah jika makanan yang mereka makan, uang yang mereka dapatkan tidak berasal dari mencuri, menipu atau tidak berasal dari daging yang haram dan/atau minuman haram yang berasal dari Babi dan Khamr. Konsumen muslim kelas bawah hanya mengetahui bahwa yang dimaksud dengan produk identik dengan makanan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen muslim kelas bawah yang ada di Kota dan Kabupaten Pekalongan, diketahui bahwa: “*orang Islam harus makan makanan yang halal*”. Jawab serluruh informan dengan kata yang sama. Apa itu makanan halal “ *makanan yang dipoleh dengan cara halal (tidak mencuri, menipu) dan diolah dengan bahan yang halal (bukan babi, bukan Khamr dan bukan dari binatang yang diharamkan)*” .Bagaimana dengan produk selain makanan,

⁴⁷ Lihat dalam ([www.yuswohady .com /.../ marketing-to-the-middle-clas](http://www.yuswohady.com/.../marketing-to-the-middle-clas)). (diakses tanggal 21 Oktober 2016, pukul 20.30)

apakah juga harus halal?. “*selain makanan apa?*” Misalnya, pakaian, kosmetik, obat-obatan, furniture (meja, kursi, lemari dan lain-lain), asesoris, tas, sepatu..., apakah juga harus halal? “*Iya, semua wajib halal termasuk uang , kan perintah agama (Islam), kalau tidak halal jadi penyakit*” . Berarti, kalau obat, pakaian, sepatu , tas, asesoris, kosmetik dan uang berasal dari babi, khamr dan binatang yang diharamkan, berarti haram ya?. “*masak pakaian, uang, kursi, sepatu dan lain-lain tadi berasal dari babi atau yang haram lainnya?. Haramnya selain makanan bukan karena bahannya, tapi karena cara mendapatkannya, dikatakan haram jika didapatkan dengan cara mencuri dan menipu?*”. Berarti selain makanan tidak disebut haram, kecuali dengan cara mencuri dan menipu ya? “*Iya*”.⁴⁸

Bagaimana dengan makanan, apakah kalau membeli makanan melihat ada tulisan halal atau tidak?. “*tidak, kan yang menjual makanan agamanya Islam, ya tidak mungkin menjual makanan dari babi. Kalau yang menjual orang non muslim ya kami tidak membelinya*” kalau makanan kemasan dan belinya di mini market atau supermarket bagaimana? “*kalau di TV tidak diberitakan kan ya berarti tidak ada masalah, apalagi yang dibeli ya paling cuma , mie instan, susu, minyak goreng, kecap, saos, roti, ciki (makanan kecil) dan kebutuhan seputar itu, tidak pernah beli yang aneh-aneh*”. Padahal makanan yang kalian sebutkan tadi dibuat oleh non muslim?. “*kan sudah diolah sama pabrik... dan kita tidak tahu, makanya kalau makan ya harus membaca bismillah dan berdoa dulu sebelum makan, biar makanan yang kita makan halal dan baik untuk tubuh kita*”⁴⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan para konsumen muslim kelas bawah tersebut bisa dimaknai bahwa pandangan mereka tentang produk halal “*wajib*”

⁴⁸ Wawancara tanggal 2 Oktober s.d 9 Oktober 2016

⁴⁹ Wawancara tanggal 2 Oktober s.d 9 Oktober 2016

hukumnya bagi umat Islam, namun pandangan mereka terhadap “wajib”nya produk halal hanya sebatas pada makanan dan minuman yang berasal dari babi dan khamr. Hal tersebut tentunya berbeda dengan konsumen muslim kelas menengah ke atas, yang memiliki pemahaman mendalam mengenai kehalalan suatu produk. Pemahaman ini menjadikan konsumen muslim menengah ke atas, memiliki pandangan yang luas terhadap produk halal yang tidak hanya sebatas pada makanan dan minuman saja.

BAB IV PEMBAHASAN

A. Kesadaran Hukum Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal

Kesadaran hukum merupakan kesadaran atau nilai-nilai yang terdapat di dalam diri manusia tentang hukum yang ada (ius constitutum) atau tentang hukum yang diharapkan ada (ius conatituendum).⁵⁰ Pemikiran tersebut dipertegas oleh Sudikno Mertokusumo yang menyatakan bahwa : “ *Kesadaran hukum adalah kesadaran tentang apa yang seyogyanya kita lakukan atau perbuat atau yang seyogyanya tidak kita lakukan atau perbuat terutama terhadap orang lain*”⁵¹ Paul Scholten mendefinisikan kesadaran hukum sebagai kesadaran yang ada pada setiap manusia tentang apa hukum itu atau apa seharusnya hukum itu, suatu kategori tertentu dari hidup kejiwaan kita yang membedakan antara yang seyogyanya dilakukan dan tidak dilakukan⁵² Jadi kesadaran sebenarnya merujuk pada interdependensi dan interpenetrasi mental, yang berorientasi pada “aku”nya manusia dan pada “kaminya.”⁵³

Bedasarkan pemikiran tersebut, bisa diipahami bawah kesadaran hukum yang dianggap sebagai mediator antara hukum dengan pola-pola perilaku manusia dalam masyarakat baik secara individu maupun kolektif. Kesadaran hukum menyangkut aspek kognitif dan perasaan yang sering sekali dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi hubungan antar hukum dengan pola-pola perikelakuan manusia dalam masyarakat. Ajaran kesadaran hukum mempermasalahkan kesadaran hukum

⁵⁰ Soerjono Soekanto, 1982, *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum*, Edisi Pertama, CV. Rajawali, Jakarta, Hlm, 152.

⁵¹ Sudikno Mertokusumo, 1981, *Meningkatkan Kesadaran Hukum Masyarakat*, Cetakan Pertama, Edisi Pertama, Liberty, Yogyakarta, Hlm. 3

⁵² Paul Scholten: *Algemeen Deen*, Hlm. 166 N.V. Uitgeversmaatschappij W.E.J Tjeenk Willink 1954, Kutipan diambil dari buku Sudikno Mertokusumo, 1981, *Meningkatkan Kesadaran Hukum Masyarakat*, Cetakan Pertama, Edisi Pertama, Liberty, Yogyakarta, Hlm. 2.

⁵³ Soerjono Soekanto, op.cit. hlm 150-151

yang dianggap sebagai mediator antar hukum dengan perilaku manusia baik secara individual maupun kolektif. Oleh karena itu, ajaran kesadaran hukum menitik beratkan kepada nilai-nilai yang berlaku pada masyarakat. Sistem nilai akan menghasilkan patokan untuk berproses yang bersifat psikologis, yaitu pola pikir yang menentukan sikap mental manusia, yang merupakan kecenderungan untuk bertindak, membentuk pola-pola perilaku maupun kaidah-kaidah. Kesadaran hukum memiliki objek yaitu nilai-nilai yang terkandung didalam hukum artinya apabila seseorang memiliki kesadaran hukum, maka mampu membedakan antara perbuatan yang boleh dan tidak boleh dilakukan.

Untuk mengukur kesadaran hukum, ada empat (4) indikator, antara lain: pengetahuan hukum; pemahaman hukum; sikap hukum; pola perilaku hukum. Setiap indikator menunjuk pada tingkat kesadaran hukum tertentu mulai dari yang terendah sampai dengan yang tertinggi.⁵⁴ Berdasarkan indikator tersebut maka, untuk mengukur kesadaran hukum konsumen muslim terhadap produk halal, bisa dilihat dari sisi pengetahuan, pemahaman, sikap dan perilaku hukum konsumen muslim.

Sebelum membahas lebih lanjut mengenai pokok permasalahan, terlebih dahulu akan dipertegas mengenai konsep konsumen muslim dan produk halal. Menurut Pasal 1 (2) Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud 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. Konsumen dalam konteks penelitian ini adalah konsumen terakhir, yaitu pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk (Penjelasan Pasal 1 (2)

⁵⁴ Ibid. Hlm 140

Undang–undang Perlindungan Konsumen). Oleh karena itu, yang dimaksud dengan konsumen muslim dalam konteks penelitian ini adalah konsumen terakhir yang beragama Islam. Sedangkan yang dimaksud dengan produk halal adalah, produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam (Pasal 1 (2) Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, atau disingkat dengan UUJH). Produk adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang guna yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat (Pasal 1 (1) UUJH).

1. Pengetahuan hukum konsumen muslim terhadap produk halal.

Pengetahuan adalah hasil dari “tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terhadap objek terjadi melalui panca indera manusia, yakni penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba dengan sendiri Pada waktu penginderaan sampai menghasilkan pengetahuan sangat dipengaruhi oleh intensitas perhatian persepsi terhadap objek. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga.⁵⁵ Sedangkan pengetahuan hukum adalah pengetahuan seseorang mengenai beberapa perilaku tertentu yang diatur oleh hukum, baik hukum tertulis dan hukum tidak tertulis. Pengetahuan tersebut berkaitan dengan perilaku yang dilarang ataupun perilaku yang diperbolehkan oleh hukum. Pengetahuan hukum erat kaitannya dengan asumsi bahwa masyarakat dianggap mengetahui isi suatu peraturan manakala peraturan tersebut telah diundangkan.⁵⁶

⁵⁵ Benyamin Bloom dalam Notoatmodjo, Sukidjo. 2010. *Metodologi Riset Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta, hlm 4

⁵⁶ Soerjono Soekanto, 1982, *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum*, Edisi Pertama, CV. Rajawali, Jakarta, Hlm, 152.

Menurut Kutschinsky pengetahuan hukum ada dua (2), yaitu pengetahuan terhadap hukum positif yang berlaku dan pengetahuan terhadap isi hukum. Pengetahuan terhadap hukum positif yang berlaku, adalah pengetahuan seseorang mengenai perilaku tertentu yang diatur oleh hukum. Pengetahuan tersebut berkaitan dengan perilaku yang dilarang atau diperbolehkan oleh hukum. Masyarakat dianggap mengetahui isi suatu peraturan manakala peraturan tersebut telah di undangkan. Sedangkan pengetahuan terhadap isi hukum. Informasi yang dimiliki seseorang mengenai isi peraturan hukum. Artinya, pengetahuan hukum adalah, pengertian terhadap isi dan tujuan dari suatu peraturan hukum, tertulis dan manfaatnya bagi para pihak.⁵⁷

Berdasarkan hasil wawancara, pengetahuan hukum konsumen muslim terhadap produk halal, dipengaruhi oleh faktor pendidikan, ekonomi, pengalaman, informasi dan lingkungan dimana mereka bergaul. Oleh karena itu, konsumen dalam penelitian ini dikelompokkan dalam 2 (dua) kategori, yaitu konsumen menengah ke bawah dan konsumen menengah ke atas. Konsumen menengah ke bawah adalah konsumen yang secara ekonomi rendah, pendidikan rendah, pengalaman minim dan hidup serta bergaul di lingkungan masyarakat yang secara sosial ekonomi lemah. Artinya, konsumen ini lemah secara sosial ekonomi Konsumen menengah ke atas adalah konsumen yang secara sosial ekonomi berada pada tingkat menengah ke atas, yaitu memiliki tingkat pendidikan, ekonomi, pengalaman dan hidup serta bergaul di lingkungan menengah ke atas.

Fakta yang menunjukkan perbedaan pengetahuan antara konsumen muslim menengah ke bawah dengan menengah ke atas, sebagaimana di bawah ini.

⁵⁷ Soerjono Soekanto, 1982, *ibid*, hlm 159

1) Konsumen muslim menengah ke bawah.

Kondisi konsumen kelas menengah ke atas tentu sangat berbeda dengan kondisi konsumen kelas menengah ke bawah. Pada konsumen kelas menengah ke bawah, tidak memiliki pengetahuan yang mendalam tentang produk halal. Pengetahuan mereka tentang produk halal adalah, jika makanan dan minuman yang mereka konsumsi tidak mereka dapatkan dari mencuri, menipu atau, makanan dan minuman atau dibeli dari uang yang juga bukan hasil curian dan menipu orang lain. Selain itu makanan dan minuman dikatakan halal jika bukan daging babi, bukan minuman keras dan juga bukan makanan dan minuman yang oleh agama diharamkan. Konsumen muslim hanya mengetahui bahwa, yang dimaksud dengan produk identik dengan makanan dan minuman, mereka tidak mengetahui jika obat-obatan, pakaian, tas, sepatu, kosmetik, asesoris, furnitur dan lain-lain, juga bisa mengandung bahan haram, karena diproses dengan menggunakan bahan haram.

Fakta tersebut terlihat dari hasil wawancara dengan beberapa konsumen muslim yang ada di Kota dan Kabupaten Pekalongan, yang telah diinterpretasikan dengan bahasa peneliti. *“orang Islam harus makan makanan yang halal”*. Jawab serluruh informan dengan kata yang sama. Apa itu makanan dan minuman halal *“makanan yang dipoleh dengan cara halal (tidak mencuri, menipu) dan bukan berasal dari babi, minuman keras dan binatang atau tumbuhan yang diharamkan dalam Islam”* .Bagaimana dengan produk selain makanan, apakah juga harus halal?. *“selain makanan apa?”* kata mereka balik bertanya. Misalnya, pakaian, kosmetik, obat-obatan, furniture (meja, kursi, lemari dan lain-lain), asesoris, tas, sepatu dan lain-lain, apakah juga harus halal? *“Iya, semua wajib halal termasuk uang , kan perintah agama (Islam), kalau tidak halal*

jadi penyakit” . Berarti, kalau obat, pakaian, sepatu , tas, asesoris, kosmetik dan uang berasal dari babi, khamr dan binatang yang diharamkan, berarti haram ya?. “ *masak pakaian, uang, kursi, sepatu dan lain-lain tadi berasal dari babi atau yang haram lainnya. Haramnya selain makanan dan minuman bukan karena bahannya, tapi karena cara mendapatkannya, dikatakan haram jika didapatkan dengan cara mencuri dan menipu?”*. Berarti kalau selain makanan tidak disebut haram, kecuali dengan cara mencuri dan menipu ya? “ *Iya*”. Berarti, jika kosmetik, kursi, tas, sepatu di buat dari babi atau bahan minuman keras, atau yang bahan lainnya yang oleh agama dilarang, apakah halal dipakai?. “ *ya halal, kan tidak dimakan atau diminum*”. Jawab mereka dengan nada yang sama. Namun ada beberapa informan yang ragu-ragu dengan pertanyaan itu, “ *halal apa haram ya?, nanti saya tanyakan ke pak Kyai atau Ustadz..*” lebih lanjut mereka mengatakan” *masak sepatu, tas, kursi, bedak, lipstik dibuat dari daging babi..atau kulit babi, yang saya tahu anak saya pake sepatu dari plastik dan dari kain, bukan dari kulit, tas, kursi juga dari plastik, kalau bedak dan lipstik masak juga dari babi dan minuman keras..?*. ungkap mereka dengan penuh keraguan.

Bagaimana dengan makanan, apakah kalau membeli makanan melihat ada tulisan halal atau tidak?. “ *tidak, kan yang menjual makanan agamanya Islam, ya tidak mungkin menjual makanan dari babi. Kalau yang menjual orang non muslim ya kami tidak membelinya*” kalau makanan kemasan dan belinya di mini market atau supermarket bagaimana? “ *kalau di TV tidak diberitakan kan ya berarti tidak ada masalah, apalagi yang dibeli ya paling cuma , mie instan, susu, minyak goreng, kecap, saos, roti, ciki (makanan kecil) dan kebutuhan seputar itu, tidak pernah beli yang aneh-aneh*”. Padahal makanan yang kalian sebutkan tadi dibuat oleh non muslim?. “ *kan sudah diolah sama pabrik... dan kita tidak tahu,*

makanya kalau makan ya harus membaca bismillah dan berdoa dulu sebelum makan, biar makanan yang kita makan halal dan baik untuk tubuh kita ” kata para informan. Para konsumen muslim dalam kategori ini, tidak pernah mengetahui mengenai label halal dan mereka juga tidak pernah memperhatikan, ada label halal atau tidak dalam produk yang mereka beli dan/atau konsumsi.

Ketika ditanya mengenai, apakah pernah mendengar ada peraturan mengenai jaminan halal? , semua konsumen muslim menengah ke bawah mengatakan “ tidak” dengan alasan yang berbeda, antara lain: 1) “ *tidak bersekolah ya tidak tahu*” ; 2) “*urusan peraturan urusan negara*” ; 3) “ *ya tidak memikirkan aturan, karena bukan urusan kita*”, ada juga yang menjawab lebih akomodatif, meskipun jawabannya sesuai dengan kemampuan mereka “ *kalau negara mengatur itu ya senang, berarti negara memperhatikan perintah agama*”. Kondisi ini terjadi karena konsumen muslim menengah ke bawah tidak pernah mendapatkan informasi mengenai berbagai aturan terkait dengan produk halal.

2) Konsumen muslim menengah ke atas

Pengetahuan konsumen muslim menengah ke atas terhadap produk halal lebih mendalam dibandingkan dengan konsumen muslim menengah ke bawah. Meskipun demikian, pengetahuan mereka juga bervariasi. Misalnya, pengetahuan mengenai produk halal, ada yang hanya mengetahui sebatas makanan dan minuman yang mereka konsumsi, sebagaimana pengetahuan konsumen menengah ke bawah, namun ada yang sudah memiliki pengetahuan yang detail mengenai produk halal. “ *produk itu tidak hanya makanan dan minuman, namun ada kosmetik, obat-obatan, sepatu, tas dan lain-lain, semuanya juga harus diproses sesuai dengan ketentuan agama, yaitu tidak boleh*

menggunakan bahan yang mengandung babi dan Khamr serta zat kimia yang mengandung bahan –bahyan yang haram” .

Pengetahuan mengenai label halal juga beragam, ada yang hanya “tahu” mengenai label halal, namun tidak mengetahui label halal yang seperti apa yang sah dan dibuat oleh lembaga berwenang “ *label halal adalah cap yang ada dalam kemasan makanan, yang asli tentunya yang ada dalam kemasan makanan di minimarket, dan yang tidak asli ada dalam kemasan makanan yang dibuat oleh pengusaha rumah tangga*”. Namun, ada yang mengetahui secara detail tentang label halal yang asli dan dibuat oleh lembaga berwenang membuat label halal” *label halal yang asli berbentuk logo dari MUI yang melekat pada kemasan produk, namun ada label halal palsu biasanya mudah dihapus dari kemasan*”. Lebih lanjut pengetahuan mereka tentang Undang-undang Jaminan Halal, sebagian besar mengetahui meskipun hanya sebatas “ tahu”.“ *Undang-undang Jaminan Halal, Undang-undang Perlindungan Konsumen dan berbagai peraturan perundangan lainnya terkait dengan produk halal sudah ada*” Lebih lanjut ketika ditanya mengenai nomor dan tahun undang-undang dan peraturan perundangan yang ada mereka tidak mengetahuinya.

2. Pemahaman hukum konsumen Muslim terhadap produk halal

Pemahaman hukum yang dimaksud adalah masyarakat mengetahui isi dan kegunaan dari norma-norma hukum tertentu. Artinya ada suatu derajat pemahaman yang tertentu terhadap ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku. Namun hal ini belum merupakan jaminan bahwa warga masyarakat yang mengakui ketentuan-ketentuan hukum tertentu dengan sendirinya mematuhiinya, tetapi juga perlu diakui bahwa orang-orang yang memahami suatu ketentuan hukum ada kalanya cenderung untuk mematuhiinya. Melalui pemahaman hukum, masyarakat diharapkan

memahami tujuan peraturan perundang-undangan serta manfaatnya bagi pihak-pihak yang kehidupannya diatur oleh peraturan perundangan-undangan tersebut.

Pemahaman berasal dari kata dasar “ paham”, yang merupakan tingkatan kedua dari pengetahuan setelah “ tahu” atau *know*. Paham diartikan sebagai sesuatu kemampuan menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui, dan dapat menginterpretasi materi tersebut secara benar. Contoh, menyimpulkan meramalkan, dan sebagainya terhadap obyek yang dipelajari.⁵⁸ Sedangkan pemahaman hukum adalah sejumlah informasi yang dimiliki seseorang mengenai isi peraturan dari hukum tertentu. Artinya, pemahaman hukum adalah suatu pengertian terhadap isi dan tujuan dari suatu peraturan tertulis maupun tidak tertulis, serta manfaatnya bagi masyarakat⁵⁹. Pemahaman hukum konsumen muslim terhadap produk halal, juga sangat beragam sesuai dengan tingkat kategori konsumen.

1) konsumen menengah ke bawah.

Mereka tidak memahami secara benar apa itu produk halal dan label halal, apalagi mengenai peraturan halal. Pemahaman mereka tentang produk halal adalah sebatas makanan dan minuman yang tidak berasal dari babi, minuman keras dan bahan lainnya yang diharamkan oleh agama. Label halal mereka juga tidak memahaminya, karena pengetahuan mereka tentang label halal juga sangat dangkal, bahkan mereka tidak pernah mengetahui dan tidak pernah memperhatikan jika dalam makanan yang mereka beli dan/ atau konsumsi ada label halalnya “ *tidak paham*” jawab mereka dengan nada yang datar, bahkan mereka mengatakan” *label halal itu yang seperti apa*” dan mereka juga baru

⁵⁸ Benyamin Bloom Notoatmodjo, Sukidjo. 2010. *Metodologi Riset Kesehatan*. Jakarta :Rineka Cipta, hlm 4 Notoatmojo, Soekidjo, 2007. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Rineka Cipta. Jakarta.

⁵⁹ Soerjono Soekanto, 1982, *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum*, Edisi Pertama, CV. Rajawali, Jakarta, hlm, 152.

mengetahui, jika ada label halal dalam setiap makanan yang dibeli di minimarket dan/atau supermarket. “ *beli makanan, minuman dan kebutuhan sehari-hari kan di warung, ya tidak mengetahui itu* ” jawab beberapa orang. “ *masak kalau beli di warung ada yang tidak halal, kan warungnya milik tetangga* ” tambah beberapa orang. Ketika mereka ditanya lebih lanjut mengenai peraturan halal, mereka sama sekali tidak memahaminya “ *tahu saja tidak, tapi ya Alhamdulillah kalau pemerintah mengatur itu* ” Jawaban dari para konsumen tersebut mengindikasikan bahwa, pemahaman terhadap produk halal, label halal dan peraturan halal sangat rendah, bahkan mereka tidak memahami sama sekali.

2) Konsumen menengah ke atas.

Mereka berbeda dengan konsumen menengah ke bawah, karena mereka sebagian besar memahami meskipun pemahaman mereka kurang maksimal. Fakta mengenai pemahaman konsumen menengah ke atas terhadap produk halal, sebagaimana terlihat dari hasil wawancara sebagaimana berikut ini. “ *Produk halal adalah produk-produk yang halal untuk di konsumsi, karena tidak mengandung bahan yang diharamkan oleh syariat Islam* ” Jawab mereka hampir sama. “ *produk di sini tidak hanya makanan dan minuman, namun juga pakaian, sepatu, tas, jaket, obat-obatan dan kosmetik serta lainnya* ” Bahkan sebagian besar juga memahami bahwa, uang yang mereka simpan seharusnya di Bank Syariah untuk menghindari riba yang diharamkan oleh agama (Islam). Mereka juga memahami, meskipun tidak secara detail mengenai adanya bahan-bahan kimia yang dijadikan untuk memproduksi suatu produk, sehingga produk tersebut menjadi tidak halal” *Ajinomoto memang tidak menggunakan daging babi, namun waktu itu berita yang terdengar ajinomoto menggunakan minyak babi, jadi sekarang produk kimiawi itu bisa saja mengandung bahan-bahan yang diharamkan oleh agama* ” . Ketika

mereka ditanya mengenai label halal” *label halal adalah label yang melekat pada produk yang dikeluarkan oleh MUI*” Lebih lanjut mereka juga mengemukakan bahwa” *sekarang konsumen harus pintar melihat label halal dan bahan baku yang dibuat untuk produk tersebut, ketika mau membeli atau mengkonsumsi “*.

Ketika mereka ditanya mengenai peraturan halal “ *Undang-undangnya Nomor berapa tidak mengetahui, tapi kami sering mendengar tentang peraturan halal dan badan yang mengurus itu, misalnya MUI, BPOM dan lain-lain,.. peraturan halal adalah peraturan atau kebijakan yang dibuat oleh pemerintah untuk melindungi konsumen muslim*” . Ada juga yang mengatakan bahwa “ *undang-undang mengenai jaminan halal dan undang-undang perlindungan konsumen, saya tahu sudah ada, tapi nomor berapa tidak hafal. Peraturan halal sangat penting khususnya bagi masyarakat muslim di era sekarang ini, dan harus menjadi komitmen pemerintah untuk menegakanya “* . jawab beberapa konsumen hampir sama.

Dari pemaparan kedua kategori konsumen tersebut, bisa dikemukakan bahwa pemahaman konsumen muslim terhadap isi peraturan mengenai produk halal masih sangat dangkal, karena mereka tidak mengetahui isi dan tujuan secara detail dari peraturan dan kebijakan mengenai jaminan produk halal. Mereka hanya mengetahui dataran permukaan mengenai peraturan tersebut.

3. Sikap hukum Konsumen muslim.

La Pierre mendefinisikan sikap sebagai respon terhadap stimuli sosial yang telah terkondisikan. Fishben & Ajzen, mendefinisikan sikap sebagai predisposisi yang dipelajari untuk merespon secara konsisten dengan cara tertentu berkenaan

dengan objek tertentu.⁶⁰ Menurut Notoadmodjo, sikap (*attitude*) merupakan reaksi tertutup dari seseorang terhadap stimulus atau obyek.⁶¹ Definisi lain menyatakan, sikap merupakan suatu keadaan yang memungkinkan timbulnya suatu perbuatan atau tingkah laku.⁶²

Azwar menggolongkan definisi sikap dalam tiga kerangka pemikiran, antara lain: *pertama*, sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak (*favorable*) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (*unfavorable*) pada objek tersebut; *kedua*, sikap merupakan kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek dengan cara tertentu; *ketiga*, sikap merupakan konstelasi komponen kognitif, afektif dan konatif yang saling berinteraksi didalam memahami, merasakan dan berperilaku terhadap suatu objek.⁶³

Sikap hukum adalah suatu kecenderungan untuk menerima hukum karena adanya penghargaan terhadap hukum sebagai sesuatu yang bermanfaat atau menguntungkan jika hukum itu ditaati. Suatu sikap hukum akan melibatkan pilihan warga sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam dirinya sehingga akhirnya warga masyarakat menerima hukum berdasarkan penghargaan terhadapnya. Menurut Soekanto, sikap hukum adalah suatu kecenderungan menerima hukum karena adanya penghargaan terhadap hukum sebagai suatu bermanfaat atau menguntungkan jika hukum itu ditaati.⁶⁴ Berdasarkan definisi di atas, maka yang dimaksud sikap hukum adalah kecenderungan menerima hukum karena adanya

⁶⁰ Lihat dalam Azwar, Saifuddin.2009. *Sikap Manusia Teori Dan Pengukuranya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, hlm.20

⁶¹ Notoadmodjo , 2003, op.cit, hlm.124

⁶² Lihat Gerungan, W.A. 1991. *Psikologi Sosial*. Bandung: PT Eresco, hlm 34.

⁶³ Azwar, Saifuddin.2009. *Sikap Manusia Teori Dan Pengukuranya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, hlm 25

⁶⁴ Soerjono Soekanto, 1982, *ibid*, hlm 159

penghargaan terhadap hukum yang bermanfaat atau menguntungkan jika hukum itu ditaati atau dalam konteks ini adalah respon seseorang atau sekelompok orang terhadap hukum atau peraturan perundangan terkait dengan produk halal.

Ciri-ciri sikap menurut Heri Purwanto, antara lain: a) sikap bukan dibawa sejak lahir melainkan dibentuk atau dipelajari sepanjang perkembangan dalam hubungann dengan obyeknya; b) sikap dapat berubah karena dapat dipelajari dan sikap dapat berubah bila terdapat keadaan dan syarat tertentu yang mempermudah sikap pada orang itu; c) sikap tidak berdiri sendiri, tetapi mempunyai hubungan tertentu terhadap suatu obyek. Artinya, sikap itu terbentuk, dipelajari, atau berubah berkenaan dengan suatu obyek tertentu yang dapat dirumuskan dengan jelas; d) obyek sikap merupakan suatu hal tertentu tetapi dapat juga merupakan kumpulan dari hal-hal tersebut dan; e) sikap mempunyai segi-segi motivasi dan perasaan, sifat alamiah yang membedakan sikap dan kecakapan atau pengetahuan yang dimiliki orang.⁶⁵

Menurut Notoadmodjo, sikap terdiri dari berbagai tingkatan, antara lain: *pertama*, menerima (*receiving*). Menerima diartikan bahwa orang (subyek) mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan (obyek); *kedua*, merespon (*responding*). Memberikan tanggapan terhadap objek.; *ketiga*, menghargai (*valuing*). Mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan suatu masalah; *keempat*, bertanggung jawab (*responsible*.) Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang dipilihnya dengan segala resiko.⁶⁶

Fakta yang menunjukkan adanya sikap hukum konsumen muslim terhadap produk halal, sebagaimana terlihat dalam ilustrasi di bawah ini.

⁶⁵ Notoadmodjo 2003, hlm, 34

⁶⁶ dalam buku Wawan dan Dewi (2010), Heri, Purwanto. 1998. *Pengantar Perilaku Manusia Untuk Keperawatan*. Jakarta: EGC, hlm.45

1). Konsumen muslim menengah ke bawah.

Sikap konsumen muslim menengah ke atas, terhadap produk halal masih dalam tahap menerima (*receiving*). Artinya, konsumen muslim menengah ke bawah menyakini bahwa makanan dan minuman yang mereka konsumsi dan/atau beli harus halal, baik dari sisi bahan makanan dan minuman (bukan babi, bukan minuman keras dan makanan atau minuman lain yang diharamkan agama), maupun dari sisi cara mendapatkannya (tidak mencuri, tidak menipu dan tidak merebut hak orang lain). Begitu juga terhadap label halal dan peraturan halal, mereka masih dalam tahap menerima, karena memang pengetahuan dan pemahaman mereka masih sangat rendah.

2) Konsumen muslim menengah ke atas.

Sikap konsumen menengah ke atas, jauh berbeda dengan sikap konsumen muslim menengah ke bawah. Konsumen kategori ini, sebagian besar telah memiliki sikap pada tingkat bertanggungjawab (*responsible*), ketika mereka memilih produk yang akan dibeli dan/atau dikonsumsi, namun demikian tingkat kebertanggungjawaban mereka tidak semua sama. Pengetahuan dan pemahaman mereka yang baik terhadap produk halal menjadikan daya dukung terhadap sikap para konsumen muslim menengah ke bawah. Fakta mengenai sikap konsumen muslim menengah ke bawah, ditunjukkan dari hasil wawancara sebagai berikut. “*Saya selalu melihat dan memilih makanan dan minuman yang ada label halalnya*” kata beberapa informan. “*selain melihat label halal saya juga, melihat komposisi bahan dari produk yang akan saya beli*” kata informan yang lain. “*saya bahkan sering melihat di internet mengenai sah atau tidaknya produk yang saya beli*” lanjut yang lain. “*restoran memang belum banyak yang menggunakan label halal, namun saya juga memilih dan memilih restoran tersebut bersih atau*

tidak, muslim atau bukan non muslim, jadi harus hati-hati” kata yang lain. “*saya selalu membeli kosmetik merek wardah, karena itu yang sudah teruji kehalalannya*”, namun beberapa orang masih belum secara detail memperhatikan produk tertentu, seperti kosmetik dan obat-obatan, mereka juga masih banyak yang hanya jeli pada produk makanan, minuman, susu dan bahan makanan dan/atau minuman saja.

4. Perilaku hukum konsumen muslim terhadap produk halal.

Perilaku (behavior) adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati dari luar.⁶⁷ Menurut Heri Purwanto, perilaku adalah pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap objek. Sedangkan menurut aliran fenomenologi lebih memperhatikan pada pengalaman subyektif individu karena itu tingkah laku sangat dipengaruhi oleh pandangan individu terhadap diri dan dunianya, konsep tentang dirinya, harga dirinya dan segala hal yang menyangkut kesadaran atau aktualisasi dirinya. Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan..⁶⁸ Perilaku hukum(*legal behavior*) adalah aktivitas seseorang dan/atau masyarakat dalam mematuhi dan/atau tidak mematuhi hukum yang berlaku . Menurut Sorjono Soekanto .perilaku hukum merupakan hal utama dalam kesadaran hukum karena dapat dilihat apakah suatu peraturan berlaku atau tidak dalam masyarakat. Artinya,

⁶⁷ Ibid hlm 48

⁶⁸ Ibid hlm 47

seberapa jauh kesadaran hukum dalam masyarakat dapat dilihat dari pola perilaku hukum suatu masyarakat⁶⁹.

Berdasarkan definisi tersebut, maka yang dimaksud dengan perilaku hukum konsumen proses adalah aktivitas seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang sudah terpola dalam diri sesuai dengan aturan hukum yang berlaku baik hukum tertulis maupun tidak tertulis.

Fakta yang menunjukkan perilaku hukum konsumen muslim, khususnya tingkat menengah ke atas, dan bukan pada konsumen muslim tingkat menengah ke bawah dalam konteks ini, misalnya: 1) konsumen muslim sudah mulai mempertimbangkan label halal dan komposisi bahan dalam produk yang mereka beli dan/atau konsumsi; 2) konsumen muslim sudah menyadari pentingnya label halal bagi sebuah produk; 3) konsumen muslim menyadari sepenuhnya tentang pentingnya aturan hukum negara yang mengatur mengenai jaminan halal suatu produk, apalagi di era Masyarakat Ekonomi Asean saat ini.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka kesadaran hukum dimulai dari pengetahuan hukum seseorang, pengetahuan akan hukum menjadi modal dasar seseorang untuk memahami hukum selanjutnya, dan apabila pengetahuan hukum sudah dimiliki maka jenjang-jenjang kesadaran hukum yang kedua yaitu pemahaman hukum akan diperoleh oleh seseorang dan berpengaruh kepada sikap hukum seseorang yang dibentuk karena adanya suatu penghargaan terhadap hukum tersebut, dan akan berahir menjadi sebuah perilaku hukum yang akan menumbuhkan

⁶⁹ Soerjono SOekanto Soerjono Soekanto, 1987, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm 217-219

kesadaran hukum seseorang. Faktor-faktor yang dapat menyebabkan masyarakat mematuhi kesadaran hukum antara lain sebagai berikut :

- a. Compliance, sebagaimana disebut diatas, diartikan sebagai suatu kepatuhan yang didasarkan pada harapan akan suatu imbalan dan usaha untuk menghindarkan diri dari hukuman atau sanksi yang mungkin dikenakan apabila seseorang melanggar ketentuan hukum. Kepatuhan ini sama sekali tidak didasarkan pada suatu keyakinan pada tujuan kaidah hukum yang bersangkutan, dan lebih didasarkan pada pengendalian dari pemegang kekuasaan. Sebagai akibatnya, kepatuhan hukum akan ada apabila ada pengawasan yang ketat terhadap pelaksanaan kaidah hukum tersebut.
- b. Identification, terjadi bila kepatuhan terhadap kaidah hukum ada bukan karena nilai intrinsiknya, akan tetapi agar keanggotaan kelompok tetap terjaga serta ada hubungan baik dengan mereka yang diberi wewenang untuk menerapkan kaidah-kaidah hukum tersebut. Daya tarik untuk patuh adalah keuntungan yang diperoleh dari hubungan-hubungan tersebut sehingga kepatuhanpun tergantung pada buruk baiknya interaksi tadi.
- c. Internalization, pada tahap ini seseorang mematuhi kaidah-kaidah hukum dikarenakan secara intrinsik kepatuhan tadi mempunyai imbalan. Isi kaidah-kaidah tersebut adalah sesuai dengan nilai-nilainya dari pribadi yang bersangkutan, atau oleh karena dia mengubah nilai-nilai yang semula dianutnya. Hasil dari proses tersebut adalah suatu konformitas yang didasarkan pada motivasi secara intrinsik. Titik sentral dari kekuatan proses ini adalah kepercayaan orang tadi terhadap tujuan dari kaidah-kaidah bersangkutan, terlepas dari pengaruh atau

nilai-nilainya terhadap kelompok atau pemegang kekuasaan maupun pengawasannya.⁷⁰

Sedangkan faktor yang mempengaruhi kesadaran hukum dalam realitas penelitian ini, antara lain; faktor pendidikan, faktor ekonomi, agama (religiusitas) dan lingkungan sosial budaya. Berdasarkan berbagai faktor tersebut, maka menurut Yuswohadi profil konsumen kelas menengah muslim Indonesia, yang dibagi dalam beberapa karakteristik, antara lain:

Pertama, Apathis: “Emang Gue Pikirin?” Sosok ini adalah tipe konsumen yang memiliki pengetahuan, wawasan, dan seringkali tingkat kesejahteraan ekonomi yang masih rendah. Di samping itu, konsumen ini memiliki kepatuhan dalam menjalankan nilai-nilai Islam yang juga rendah. Konsumen tipe ini umumnya tidak memiliki pemahaman yang cukup mengenai produk-produk berlabel Islam atau menawarkan *value proposition* yang Islami. Karena itu mereka tak begitu peduli apakah suatu produk bermuatan nilai-nilai keislaman ataupun tidak.

Kedua, Rationalist: “Gue Dapat Apa?” Sosok ini adalah tipe konsumen yang memiliki pengetahuan, *open-minded*, dan wawasan global, tetapi memiliki tingkat kepatuhan pada nilai-nilai Islam yang lebih rendah. Segmen ini sangat kritis dan pragmatis dalam melakukan pemilihan produk berdasarkan parameter kemanfaatannya. Namun dalam memutuskan pembelian, mereka cenderung mengesampingkan aspek-aspek ketaatan pada nilai-nilai Islam. Bagi mereka label Islam, *value proposition* syariah, atau kehalalan bukanlah menjadi pertimbangan penting dalam mengambil keputusan pembelian.

⁷⁰ Salman, Otje dan Anthon F.Susanto.2008.*Beberapa Aspek sosiologi Hukum.Bandung.PT Alumni*. Ali, Zainudin.2009.*Sosiologi Hukum*,Jakarta: sinar grafika.

Ketiga, Conformist: “Pokoknya Harus Islam” Sosok ini adalah tipe konsumen muslim yang umumnya sangat taat beribadah dan menerapkan nilai-nilai Islam secara normatif. Karena keterbatasan wawasan dan sikap yang konservatif/tradisional, sosok konsumen ini cenderung kurang membuka diri (*less open-minded, less inclusive*) terhadap nilai-nilai di luar Islam khususnya nilai-nilai Barat. Untuk mempermudah pengambilan keputusan, mereka memilih produk-produk yang berlabel Islam atau yang di-“*endorsed*” oleh otoritas Islam atau tokoh Islam panutan.

Keempat, Universalist: “Islami Itu Lebih Penting” Sosok konsumen muslim ini di satu sisi memiliki pengetahuan/wawasan luas, pola pikir global, dan melek teknologi; namun di sisi lain secara teguh menjalankan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Mereka memahami dan menerapkan nilai-nilai Islam secara substantif, bukan normatif. Mereka lebih mau menerima perbedaan dan cenderung menjunjung tinggi nilai-nilai yang bersifat universal. Mereka biasanya tidak malu untuk berbeda, tetapi di sisi lain mereka cenderung menerima perbedaan orang lain. Singkatnya mereka adalah sosok yang toleran, *open-minded*, dan inklusif terhadap nilai-nilai di luar Islam.⁷¹

Beranjak dari pemaparan di atas, maka bisa dikemukakan bahwa tingkat kesadaran hukum konsumen muslim terhadap produk halal dipengaruhi oleh faktor pendidikan, faktor ekonomi, agama (religiusitas) dan lingkungan sosial budaya. Kondisi tersebut juga menjadikan konsumen muslim dibagi dalam berbagai kategori, *apatist, rasionalist, conformist dan universalist*. Pengkategorian tersebut

⁷¹ Yuswohadi “**Marketing to the Middle Class Moslem: Kenali perubahannya, pahami perilakunya, petakan strateginya**” *Marketing to the Middle Class Muslim: Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya* karya [Yuswohady](#) yang diterbitkan PT Gramedia Pustaka Utama (Juli 2014)

menunjukkan tingkat pengetahuan, pemahaman, sikap dan perilaku hukum dari para konsumen muslim di Indonesia.

B. Upaya yang seharusnya dilakukan untuk membangun kesadaran hukum konsumen Muslim terhadap produk halal .

Hukum dalam menjalankan fungsinya di tengah-tengah kehidupan masyarakat, harus didukung oleh penerapan yang efektif, baik dalam kedudukan sebagai pengendali sosial bagi warga masyarakat maupun untuk merubah pola kehidupan, pola perilaku dan pola tindakan atau menciptakan pola kehidupan yang dikehendaki oleh hukum tersebut, termasuk di dalamnya pola budaya. Fungsi hukum yang dalam konteks ini sebagai sarana untuk mengadakan perubahan masyarakat (*law as a tool of engineering*), diartikan, bahwa hukum digunakan sebagai alat oleh *agent of change* yang merupakan pelopor perubahan yaitu seseorang atau sekelompok orang yang mendapatkan kepercayaan masyarakat sebagai pemimpin dari satu atau lebih lembaga kemasyarakatan. Pelopor dalam konteks perubahan agar masyarakat sadar akan produk halal adalah pemerintah, para pemerhati produk halal serta lembaga terkait yang menangani secara langsung maupun tidak langsung tentang pentingnya kehalalan suatu produk.

Hukum yang digunakan sebagai sarana perubahan masyarakat bisa dalam dapat berupa undang-undang, yang dalam konteks penelitian ini adalah Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. Langkah yang diambil dalam *social engineering* itu bersifat sistematis, dimulai dari identifikasi problem sampai kepada jalan pemecahannya, antara lain: 1) mengenal problem yang dihadapi sebaik-baiknya, termasuk mengenali dengan seksama masyarakat yang hendak menjadi sasaran dari penggarapan tersebut; 2) memahami nilai-nilai yang ada dalam masyarakat, hal ini penting dalam hal *social*

engineering hendak diterapkan pada masyarakat yang majemuk, seperti tradisional, modern dan perencanaan; 3) membuat hipotesa-hipotesa dan memilih mana yang paling layak untuk bisa dilaksanakan; 4) mengikuti jalannya penerapan hukum dan mengukur efek-efeknya.

Satjipto Rahardjo mengemukakan bahwa hukum sebagai sarana *social engineering* adalah penggunaan hukum secara sadar untuk mencapai suatu tertib atau keadaan masyarakat sebagaimana dicita-citakan atau untuk melakukan perubahan-perubahan yang diinginkan.⁷² *Social engineering* merupakan cara untuk mempengaruhi masyarakat dengan sistem yang teratur dan direncanakan terlebih dahulu. Apabila hukum dikaitkan dengan latar belakang susunan masyarakat dan nilai-nilai yang dianutnya, maka kita berhadapan dengan pilihan mengenai nilai-nilai apa yang harus diwujudkan oleh hukum. Melihat hal tersebut, menjadi keharusan bagi penguasa untuk menggunakan hukum untuk men-*engine* masyarakat, termasuk budaya hukum (*legal culture*), agar mereka berperilaku sesuai dengan yang diharapkan (*role of expectation*).

Lawrence Friedman menjelaskan bahwa faktor nilai yang menimbulkan perbedaan dalam kehidupan hukum dalam masyarakat lebih disebabkan oleh kultur hukum. Kultur hukum merupakan sikap dan nilai yang dimiliki oleh masyarakat yang berhubungan dengan hukum, dan lembaga-lembaganya. Unsur kultur hukum inilah yang akan menentukan mengapa seseorang patuh atau tidak patuh terhadap peraturan yang ada. Oleh karena itu untuk dapat memahami perbedaan-perbedaan yang terdapat di antara sistem hukum yang satu dengan yang lain, haruslah dicermati faktor kultur hukum sebagai latar munculnya perbedaan itu. Menurut Friedman,

⁷² Satjipto Rahardjo, 1979, *Sisi-sisi Lain dari Hukum Indonesia*, Penerbit Buku Kompas, Jakarta, 2003, hal. 142

kultur hukum itu sesungguhnya berfungsi sebagai "motor penggerak keadilan", yakni menjembatani sistem hukum dengan sikap manusia dalam suatu masyarakat.⁷³

Kesadaran hukum masyarakat merupakan jembatan yang menghubungkan antara peraturan-peraturan hukum dengan tingkah laku hukum anggota masyarakatnya. Masalah kesadaran hukum ini timbul apabila nilai-nilai yang akan diwujudkan dalam peraturan hukum itu merupakan nilai-nilai yang baru, Hal ini sebagai konsekwensi logis dari meluasnya fungsi hukum yang tidak sekedar merekam kembali pola-pola tingkah laku yang sudah ada dalam masyarakat. Adanya ketidakcocokan antara peranan yang diharapkan oleh norma dengan tingkah laku yang nyata, disebabkan karena fungsi hukum tidak lagi sekedar merekam kembali pola-pola tingkah laku yang terdapat dalam masyarakat. Melainkan hukum pun ingin membentuk pola-pola tingkah laku yang baru. Hukum diharapkan untuk dapat membentuk, mengarahkan, dan pada saat tertentu juga merubah masyarakat menuju sesuatu yang dicita-citakan.

Salah satu sumber bagi tidak ditaatinya suatu peraturan adalah faktor inkonsistensi dalam pelaksanaan hukum disamping faktor komunikasi hukumnya juga. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa tindakan yang akan dilakukan oleh masyarakat sebagai responnya terhadap peraturan-peraturan hukum sangat bergantung dari isi norma hukum itu sendiri, saksi-saksinya aktifitas para pelaksana hukum serta semua faktor- faktor yang yuridis yang bekerja atas dirinya.

Melihat kondisi konsumen muslim sebagaimana di atas, maka penting untuk dilakukan upaya membangun kesadaran hukum konsumen muslim, agar ada kesadaran hukum terhadap produk halal. Secara rinci, alasan yang mengharuskan

⁷³ Ibid

untuk membangun kesadaran hukum konsumen muslim terhadap produk halal, antara lain: *pertama*, kesadaran hukum konsumen muslim terhadap produk halal masih, khususnya untuk konsumen muslim menengah ke bawah; *kedua*, kesadaran hukum sangat diperlukan dalam rangka mewujudkan efektifitas hukum, khususnya terkait dengan produk halal; *ketiga*, era MEA menuntut kesadaran masyarakat secara maksimal terkait dengan produk halal, sehingga masyarakat bisa mengantisipasi dan terhindar dari berbagai produk non halal yang masuk dari negara lain

Pembinaan kesadaran hukum adalah suatu tuntutan pembaharuan sosial yang berkaitan dengan berbagai faktor, khususnya sikap para pelaksana hukum. Untuk memupuk dan membina pertumbuhan kesadaran masyarakat, para penegak hukum mempunyai peranan yang amat besar. Hal ini penting dilakukan, mengingat institusi hukum itu sendiri dipandang sebagai sarana penting untuk memelihara ketertiban dan perdamaian dengan masyarakat. Jadi tegaknya suatu peraturan hukum baru akan menjadi kenyataan bilamana didukung oleh adanya kesadaran hukum dari segenap warga masyarakat. Semakin merata kesadaran terhadap berlakunya hukum, semakin kecil pula kemungkinan meunculnya tingkah laku yang tidak sesuai dengan hukum.

Peningkatan kesadaran hukum masyarakat pada dasarnya dapat dilakukan melalui pendidikan (*education*), yaitu berarti mengajarkan bahwa setiap manusia diupayakan memiliki kesadaran hukum. Pendidikan dalam konteks ini, antara lain:

a. penyuluhan hukum terkait produk halal

Penyuluhan hukum adalah kegiatan untuk meningkatkan kesadaran hukum masyarakat berupa penyampaian dan penjelasan peraturan hukum kepada masyarakat dalam suasana informal agar setiap masyarakat mengetahui dan memahami tentang hukum yang dimaksud, sehingga tercipta sikap dan perilaku

berdasarkan hukum, yakni disamping mengetahui, memahami, menghayati sekaligus mematuhi atau mentaatinya.

Penyuluhan hukum dapat dilakukan melalui dua cara : *pertama*, penyuluhan hukum langsung yaitu kegiatan penyuluhan hukum berhadapan dengan masyarakat yang disuluh, dapat berdialog dan bersambung rasa misalnya : ceramah, diskusi, temu, simulasi dan sebagainya. *Kedua*, penyuluhan hukum tidak langsung yaitu kegiatan penyuluhan hukum yang dilakukan tidak berhadapan dengan masyarakat yang disuluh, melainkan melalui media/perantara, seperti : radio, televisi, video, majalah, surat kabar, film, dan lain sebagainya. Penyuluhan hukum yang tidak langsung dalam bentuk bahan bacaan, terutama ceritera bergambar atau strip akan sangat membantu dalam meningkatkan kesadaran hukum masyarakat.

Penyuluhan hukum bertujuan untuk mencapai kesadaran hukum yang tinggi dalam masyarakat, sehingga setiap anggota masyarakat menyadari hak dan kewajibannya sebagai warga Negara, dalam rangka tegaknya hukum, keadilan, perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia, ketertiban, ketentraman, dan terbentuknya perilaku warga negara yang taat pada hukum.

b. kampanye

Kampanye peningkatan kesadaran hukum masyarakat dilakukan secara ajeg yang diisi dengan kegiatan-kegiatan yang disusun dan direncanakan, seperti : ceramah, berbagai macam perlombaan, simulasi, sosialisasi dan lain sebagainya sehingga masyarakat mengetahui dan memahami mengenai produk halal dan kebijakan jaminan produk halal. Kampanye juga bisa dilakukan melalui media

massa, baik elektronik maupun non elektronik (televisi, koran, media sosial, radio dan lain-lain).

c. pameran

Pameran mempunyai fungsi informatif edukatif, sehingga memiliki peranan yang positif dalam meningkatkan dan membina kesadaran hukum masyarakat. Dalam pameran hendaknya disediakan buku, brochure serta leaflets di samping diperlihatkan film, slide,VCD dan sebagainya yang merupakan visualisasi kesadaran hukum yang akan memiliki daya tarik masyarakat yang besar.

Berdasarkan pemaparan di atas, bisa dikemukakan bahwa upaya yang seharusnya dilakukan dalam membangun kesadaran hukum terhadap produk halal, antara lain: melalui penyuluhan (sosialisasi) tentang produk halal dan landasan hukumnya; melalui kampanye tentang produk halal dan landasan hukumnya dan melalui pameran produk halal dan landasan hukumnya. Tujuan akhir dari berbagai upaya yang dilakukan tersebut adalah terciptanya masyarakat sadar halal atas suatu produk, sehingga terwujud kepatuhan hukum terhadap produk halal.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Kesadaran hukum konsumen muslim Indonesia terhadap produk halal bisa dilihat dari 4 komponen, yaitu pengetahuan, pemahaman, sikap dan perilaku hukum, yaitu: untuk konsumen muslim kelas bawah belum memiliki pengetahuan dan pemahaman secara luas mengenai produk halal dan kebijakannya, namun untuk konsumen muslim menengah ke atas, sudah memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai hukum dan kebijakan produk halal, sehingga sikap dan perilaku mereka ketika akan dan/atau mengkonsumsi suatu produk sudah mempertimbangkan label halal dan sertifikasi halal, bahkan mengetahui tentang keabsahan sertifikasi halal dari produk dan/atau jasa yang akan dan/atau mereka konsumsi. Kesadaran hukum konsumen muslim terhadap produk halal, dipengaruhi oleh faktor pendidikan, faktor ekonomi, agama (religiusitas) dan lingkungan sosial budaya.
2. Upaya yang seharusnya dilakukan dalam membangun kesadaran hukum konsumen muslim terhadap produk halal, antara lain: melalui penyuluhan (sosialisasi) tentang produk halal dan landasan hukumnya; melalui kampanye tentang produk halal dan landasan hukumnya dan melalui pameran produk halal dan landasan hukumnya. Tujuan akhir dari berbagai upaya yang dilakukan tersebut adalah terciptanya masyarakat sadar halal atas suatu produk, sehingga terwujud kepatuhan hukum terhadap produk halal.

B. Saran

1. Seharusnya pemerintah dan berbagai unsur terkait melakukan sosialisasi dan edukasi terhadap seluruh lapisan masyarakat sebagai konsumen tentang berbagai

peraturan mengenai produk halal, label halal, dan sertifikasi halal serta sosialisasi mengenai produk halal di era MEA ini.

2. Seharusnya Perguruan Tinggi melakukan pendampingan kepada seluruh lapisan masyarakat terkait produk halal ini , sebagai wujud pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung : PT. Citra Aditya, 2004.
- Abdul Wahhab Khallaf, *Ilmu Ushul Fiqh*, Semarang, Dina Utama, 1994, cet.1
- Ali Zainudin, 2009, *Sosiologi Hukum* , Jakarta: Sinar Grafika
- Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Rajawali Pers, 2004.
- Azwar, Saifuddin.2009. *Sikap Manusia Teori Dan Pengukuranya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Bagian proyek sarana dan prasarana produk halal direktorat Jenderal bimbingan masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, *Petunjuk teknis pedoman sistem produksi halal*, Departemen Agama RI, Jakarta, 2003.
- Benyamin Bloom dalam Notoatmodjo, Sukidjo. 2010. *Metodologi Riset Kesehatan*.Jakarta : Rineka Cipta
- Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, *Tanya Jawab Seputar Poduki Halal*, Jakarta, 2003.
- Esmi Warasih, *Pranata Hukum*, Suryandaru, Semarang, 2005
- Gerungan, W.A. 1991. *Psikologi Sosial*. Bandung: PT Eresco
- Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta Selatan: Visi Media, 2008
- Hussein Bahresy, *Pedoman Fiqh Islam*, Surabaya, Al-Ikhlas, 1981.
- H.M.K. Bakri, *Hukum Pidana Dalam Islam*, Solo, Ramadhani.
- Lili Rasjidi dan Ira Thania Rasjidi, *Dasar-dasar Filsafat dan Teori Hukum*, PT. Citra AdityaBakti, Bandung, 2007
- Lili Rasjidi,Ira Thania Rasjidi, 2002, *Pengantar Filsafat Hukum*, Mandar Maju, Bandung
- Mochtar Kusumaatmadja, 2002, *Hukum, Masyarakat dan Pembinaan Hukum Nasional*, Jakarta: Binacipta
- Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, 2010, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Matthew B. Milles dan A. Michael Huberman, *An Expandedn Soucers Book : Qualitative Data Analylsis* , Sage Publications, 1992
- Otje Salman dan Anthon F.Susanto.2008.*Beberapa Aspek sosiologi Hukum*.Bandung.PT Alumni
- Setandjo Wignjosebroto, 2002, *Hukum, Paradigma, Metode dan Dinamika Masalahnya*, Penerbit HuMA
- Soerjono Soekanto, 1996, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Rajawali Pers, Jakarta
- Soerjono Soekanto, 1982, *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum*, Edisi Pertama, CV. Rajawali, Jakarta
- Soekanto Soerjono, 2009, *Pokok-Pokok Sosiologi Hukum*, Jakarta, Rajawali Pers
- Sunggono, *Penelitian Hukum Normatif*, Bandung, CV. Mandar Maju, 2000
- Sudikno Mertokusumo, 1981, *Meningkatkan Kesadaran Hukum Masyarakat*, Cetakan Pertama, Edisi Pertama, Liberty, Yogyakarta.
- Satjipto Rahardjo, 2006, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Satjipto Rahardjo, 1979, *Sisi-sisi Lain dari Hukum Indonesia*, Penerbit Buku Kompas, Jakarta, 2004.
- Titik Triwulan Tutik, 2009, *Pengantar Ilmu Hukum*, Surabaya : PT.Prestasi Pustaka,
- Tiench Tirta Winata, *Makanan Dalam Perspektif Al Qur'an Dan Ilmu Gizi*, Jakarta, Balai Penerbit FKUI, 2006..
- Van .Apeldoorn, 1980, *Ilmu Hukum*, Jakarta : PT.Pradnya Paramita

Wawan dan Dewi (2010), Heri, Purwanto. 1998. *Pengantar Perilaku Manusia Untuk Keperawatan*. Jakarta: EGC

Yuswohadi “**Marketing to the Middle Class Moslem: Kenali perubahannya, pahami perilakunya, petakan strateginya**” *Marketing to the Middle Class Muslim: Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*: PT Gramedia Pustaka Utama 2014

Yusuf Qardhawi, *Halal Haram Dalam Islam*, Solo, Era Intermedia, 2003.

Makalah dan Jurnal :

Agus Brotosusilo, makalah “Aspek-Aspek Perlindungan Terhadap Konsumen dalam Sistem Hukum di Indonesia”, Jakarta: YLKI-USAID, 1998

INFERENSI, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan Vol. 7, No. 1, Juni 2013

Internet:

Http//: www.republika.co.id › ... › Syariah Ekonomi 12 Mei 2016. Diakses Tanggal 12 Agustus 2016 Pukul. 22.57 WIB

www.distrodoc.com/117100-kesadaran-hukum-pengu.... di akses tanggal 13 Agustus 2016 Pukul 9.20 WIB

eprints.undip.ac.id/45424/1/11_WINDISUKMA.pdf di akses tanggal 13 Agustus 2016 Pukul 9.20 WIB

etheses.uin-malang.ac.id/.../11220088%20Abstrak%20.. di akses tanggal 13 Agustus 2016 Pukul 9.20 WIB

www.pemantauperadilan.com. AZ.Nasution, *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Tinjauan Singkat UU Nomor 8 Tahun 1999*, , diakses pada 26 September 2016

<http://seputarpengertian.blogspot.co.id/2014/08/Pengertian-karakteristik-masyarakat-ekonomi-asean.html> diakses tanggal 3 Oktober 2016 Pukul 22.15 WIB

www.kemenperin.go.id/.../UU-Jaminan-Produk-Halal-.(diakses tanggal 23 Oktober 2014, Pukul 20.20 WIB). ([www.yuswohady .com /.../ marketing-to-the-middle-clas](http://www.yuswohady.com/.../marketing-to-the-middle-clas)). (diakses tanggal 21 Oktober 2016, pukul 20.30)

Peraturan Perundang-undangan:

Undang-undang dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 Tentang Pangan; Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).

Undang-Undang RI Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 227 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5360).

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 295 Tambahan Lembaran Negara Indonesia Nomor 5604)

Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan.

Inpres Tahun 1991 Tentang Peningkatan Pembinaan dan Pengawasan Produksi dan Peredaran Makanan Olahan.

- Keputusan Bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama RI Nomor: 427/Menkes/SKB/VIII/1985. Nomor 68 Tahun 1985 Tentang Pencantuman Tulisan “Halal” Pada Label Makanan.
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor: 82/MENKES/SK/I/1996 Tentang Pencantuman tulisan “Halal” pada Label Makanan, yang diubah dengan Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor :924/MENKES/SK/VIII/1996 Tentang Perubahan atas Kepmenkes RI No. 82/Menkes/SK/1996.
- Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Kesehatan No. 472/MENKES/SKB/VIII/1985 dan No. 68/1985 tentang pengaturan tulisan “halal” pada label makanan
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor : 280/Men. Kes/Per/XI/76 Tentang Ketentuan Peredaran dan Penandaan Pada Makanan yang Mengandung Bahan Berasal dari Babi