

PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM INDUSTRI HALAL: TINJAUAN UU NO. 8 TAHUN 1999 DARI PERSPEKTIF HUKUM ISLAM

Fatkul Wahab

Universitas Al-Qolam Malang, Indonesia

Email: ftwahab@alqolam.ac.id

Moh. Ihsan

STAI Senori Tuban

Email: ihsan@staisenorituban.ac.id

Abstract

Consumer protection in the halal industry is an increasingly important issue as the sector grows in the global market. This article discusses the challenges faced in the implementation of consumer protection regulations, particularly concerning compliance with halal standards. Despite the existence of the Consumer Protection Law (UUPK), many industry players have not fully complied with its provisions, to the detriment of consumers. From the perspective of Islamic law, consumer protection is not only concerned with legal aspects but also with business ethics and morality, where the principles of fairness, responsibility, and transparency are important cornerstones. This article also highlights the role of the government and relevant agencies in ensuring compliance with halal standards and the protection of consumer rights. Through this study, it is hoped that a comprehensive solution can be found to improve consumer protection in the halal industry, by the principles of Islamic law. This study recommends increased supervision, law enforcement, and education to the public to strengthen the position of consumers against business actors.

Keywords: Halal Industry, Consumer Protection, Halal Standard

Pendahuluan

Perlindungan konsumen merupakan aspek krusial dalam berbagai sistem hukum, termasuk dalam hukum Islam. Dalam era globalisasi dan modernisasi ini, industri halal menjadi sektor yang tumbuh secara cepat dan memiliki pangsa pasar yang signifikan, di negara mayoritas islam dan negara lainnya. Produk dan layanan halal tidak terbatas pada makanan minuman, juga kosmetik, obat-obatan, fashion, pariwisata, dan sektor keuangan.

Industri halal tumbuh seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen Muslim akan pentingnya mengonsumsi produk sesuai prinsip syariah. Tetapi, perkembangan ini juga membawa tantangan tersendiri, terutama terkait dengan perlindungan konsumen. Kasus-kasus penipuan, mislabeling, dan ketidakpastian mengenai kehalalan produk seringkali menjadi masalah yang meresahkan konsumen.

Dalam perspektif hukum Islam, perlindungan konsumen berkaitan dengan aspek legal formal, serta etika dan moralitas bisnis. Konsep keadilan (*'adl*), tanggung jawab (*amanah*), dan transparansi (*tawliyah*) menjadi landasan penting dalam transaksi ekonomi. Hukum Islam menekankan pentingnya melindungi hak-hak konsumen dari segala bentuk kecurangan dan eksploitasi.

Meskipun telah ada berbagai regulasi dan standar halal yang diterapkan oleh banyak negara, implementasi yang efektif masih menjadi tantangan. Banyak pelaku industri yang belum sepenuhnya mematuhi standar tersebut, baik karena kurangnya pengetahuan maupun kesengajaan untuk meraih keuntungan lebih. Keadaan ini merugikan konsumen sebagai pengguna atau pemanfaat dari produk-produk industri tersebut. Sehingga, diperlukan regulasi tegas dari pemerintah maupun lembaga-lembaga agama mengenai perlindungan terhadap konsumen supaya tidak menjadi pihak yang paling dirugikan.

Regulasi pemerintah yang berkaitan dengan ini adalah lahirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) No. 8 Tahun 1999. UUPK melindungi konsumen sehingga dengan adanya UUPK memberikan kepastian huku supaya haknya tidak dilanggar produsen atau pelaku usaha. Bahkan sebaliknya para produsen atau pelaku usaha berhati-hati dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Namun, regulasi Pemerintah terhadap perlindungan konsumen yang berupa undang-undang masih kurang dikenal dan dipahami oleh sebagian besar masyarakat, menjadi sesuatu yang relatif baru dalam kebijakan hukum di Indonesia. Meski sudah sering disuarakan perlunya regulasi yang komprehensif untuk melindungi konsumen, praktik monopoli dan kurangnya perlindungan merugikan konsumen. Kekurangan opsi bagi konsumen menjadi masalah umum pada dunia bisnis di Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam mengenai mekanisme perlindungan konsumen dalam industri halal, dengan menyoroti bagaimana prinsip hukum Islam bisa diimplementasikan secara efektif.

Beranjak dari pemikiran tersebut di atas. Penelitian ini bertujuan mengkaji tentang perlindungan konsumen dalam Perspektif UU No 8 tahun 1999 dan Hukum Islam.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (*Library Research*), di mana pada penelitian ini diupayakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang diperoleh dari berbagai macam sumber literatur juga dari berbagai jurnal, buku literatur serta beberapa laporan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya tentunya yang ada relevansi dan keterkaitan dengan perlindungan konsumen pada industri halal.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan data yang diperoleh dari berbagai sumber yang berkaitan dengan peraturan pemerintah dan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen dan hukum Islam, untuk kemudian data yang diperoleh dikumpulkan dan diidentifikasi untuk digunakan sebagai bahan kajian penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Industri

Industri merupakan sektor bisnis yang memanfaatkan keahlian tenaga kerja dan teknologi guna menciptakan produk atau layanan dengan tujuan memperoleh profit. Produk industri tidak terbatas pada barang fisik, melainkan juga mencakup layanan seperti perbankan, asuransi, transportasi, pengiriman, dan sebagainya. Industri sering dikaitkan dengan lokasi di mana produksi berlangsung, seperti pabrik. Secara lebih umum, pabrik bisa dianggap sebagai tempat di mana manusia, mesin atau teknologi, bahan baku, energi, modal, dan sumber daya lainnya dikelola dalam suatu sistem produksi yang terpadu. Tujuannya adalah untuk menghasilkan produk dan layanan dengan cara yang efektif, efisien, dan aman, yang nantinya dapat digunakan oleh masyarakat luas atau diolah lebih lanjut untuk menciptakan jenis produk lainnya. Pabrik biasanya identik dengan

pengolahan bahan mentah menjadi produk jadi, seperti barang-barang konsumen (Rosyda, 2024)

Industri adalah sektor ekonomi yang terkait dengan pengolahan atau produksi bahan mentah di pabrik menggunakan keterampilan dan tenaga kerja, atau pembuatan produk jadi serta penggunaan peralatan dalam memproses produk pertanian dan mendistribusikannya sebagai kegiatan utama. Industri dikenal sebagai sektor berikutnya dalam ekonomi setelah sektor pertanian, perkebunan, dan pertambangan. Industri memiliki hubungan yang erat dengan sumber daya alam, yang memenuhi berbagai kebutuhan ekonomi. Seiring perkembangannya, industri semakin terpisah dari asal usulnya di bumi yang menjadi pondasi ekonomi, budaya, dan politik. Prosedur produksi dan aktivitas di industri disebut sebagai kegiatan perindustrian. (Rosyda, 2024)

Menurut Sandi (2010:148) industri adalah kegiatan membuat produk jadi dari bahan baku/mentah dengan produksi skala besar, dimana tujuannya adalah mendapatkan barang kualitas terbaik berbiaya rendah. Perindustrian industri ialah sektor ekonomi mencakup proses pengolahan bahan mentah, baku, setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi produk bernilai tambah lebih tinggi, meliputi perancangan dan rekayasa industrial. Transformasi struktural ialah perubahan arah perkembangan sektor produksi dari bergantung pada sektor pertanian ke industri dan jasa (Pramesti, 2023)

Indonesia meyakini bahwa industrialisasi dapat memberikan manfaat positif berlipat bagi ekonomi negara. Pemerintah sedang berusaha keras untuk menciptakan lingkungan investasi yang mendukung, khususnya untuk sektor industri, dengan tujuan untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional secara merata dan inklusif. Salah satu langkah yang diambil adalah melaksanakan program hilirisasi industri, yang bertujuan untuk mengembangkan sektor industri pengolahan nonmigas dengan fokus peningkatan rantai pasok supaya dapat bersaing lebih baik di dalam negeri, di tingkat regional, dan secara global. Pada kuartal III 2018, industri pengolahan tetap menjadi sektor terbesar berkontribusi terhadap PDB nasional, menyumbang sebesar 19,66%. Berdasar UNIDO, Indonesia berada di peringkat 9 dunia produsen nilai tambah terbesar dari sektor industri. Survei Nikkei dan IHS Markit menyaakan Indeks Manajer Pembelian (PMI) Manufaktur Indonesia bulan Oktober 2018 mencapai 50,5, menunjukkan tingkat ekspansi dalam sektor manufaktur. Indonesia berhasil mencapai peringkat 3 terbaik di ASEAN, lebih unggul dibandingkan dengan Malaysia (49,2), Thailand (48,9), Myanmar (48,0), dan Singapura (43,3). (Pramesti, 2023)

Industrialisasi ialah suatu proses modernisasi ekonomi melibatkan seluruh sektor ekonomi yang saling terkait dengan industri pengolahan. Tujuan utama dari industrialisasi adalah meningkatkan nilai tambah dari berbagai sektor ekonomi dengan industri pengolahan sebagai sektor utama yang memimpin, yang berarti bahwa pertumbuhan industri akan mendorong dan memajukan perkembangan sektor-sektor lainnya. Menurut Boediono, Industrialisasi dapat dijelaskan sebagai upaya meningkatkan produksi barang industri secara cepat di dalam negeri, yang sejalan dengan meningkatnya permintaan dari dalam dan luar negeri. Proses industrialisasi dapat terhambat jika pertumbuhan produksi atau permintaan, atau kedua aspek tersebut terhambat (Pramesti, 2023)

Macam-macam industri

Industri yang merupakan produksi dibedakan beberapa jenis:

1. Industri primer, ialah sektor ekonomi menitikberatkan pada produksi barang menggunakan sumber daya alam. Industri ini bergantung pada alam dan memerlukan sedikit campur tangan manusia. Contohnya termasuk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, hortikultura, dan sebagainya, yang merupakan industri yang tidak tergolong dalam sektor pertambangan.
2. Industri Ekstraktif, melibatkan proses pengambilan atau pengekstrakan barang dari bumi, udara, atau air. Produk yang dihasilkan dari industri ini umumnya dalam bentuk

mentah dan digunakan dalam sektor manufaktur serta konstruksi untuk pembuatan produk jadi. Contoh dari industri ini meliputi kegiatan seperti pertambangan, penambangan batu bara, produksi minyak bumi, ekstraksi bijih besi, penebangan kayu dan karet dari hutan, dan sebagainya.

3. Industri sekunder, ini fokus pada reproduksi dan pemasaran rempah-rempah nabati dan hewani khusus dengan tujuan menghasilkan profit dari penjualan. Contohnya, kegiatan seperti budi daya tanaman, peternakan sapi, peternakan unggas, dan peternakan mamalia.
4. Industri konstruksi melakukan proyek pembangunan seperti gedung, jembatan, jalan, bendungan, kanal, dan sebagainya. Hal yang membedakan industri konstruksi dari industri lain adalah bahwa produk industri lain dapat diproduksi di satu lokasi dan dijual di tempat lain, sementara dalam industri konstruksi, barang-barang yang dibangun dipasang di lokasi proyek.
5. Industri manufaktur, melibatkan proses mengubah bahan mentah menjadi produk akhir dengan menggunakan mesin dan pekerja. Produk akhir dapat berupa barang konsumsi atau komoditas, seperti yang dihasilkan oleh industri tekstil, kimia, gula, kertas, dan sebagainya.
6. Industri kuartal, yang menggunakan teknologi canggih, di mana karyawan biasanya memiliki kualifikasi tinggi dalam bidang mereka, sering kali terdiri dari perusahaan-perusahaan penelitian dan pengembangan. Ini merupakan contoh industri menengah dalam sektor tersebut.
7. Industri jasa, yaitu sektor layanan, memiliki peran kunci dalam perkembangan suatu negara, dan itulah mengapa disebut sebagai sektor jasa. Bisnis utama dalam segmen ini meliputi industri perhotelan, pariwisata, hiburan, dan sebagainya.
8. Industri kreatif bisa dijelaskan sebagai proses di mana seseorang atau sekelompok orang menghasilkan karya atau produk melalui penciptaan, kreativitas, ide, dan gagasan. Istilah 'industri kreatif' merupakan hasil penyatuan dari kata 'industri' dan 'kreatif'. Dalam KBBI, industri merujuk pada proses pengolahan barang menggunakan peralatan, sedangkan kreatif menggambarkan kemampuan seseorang atau kelompok dalam berinovasi dan mencipta. Kreativitas yang berasal dari individu atau kelompok tidak hanya memacu kemajuan ekonomi tetapi juga berpotensi menciptakan peluang kerja baru bagi yang membutuhkan. Karenanya, sektor ekonomi kreatif merupakan bidang vital yang perlu terus ditingkatkan dan tumbuh bersama-sama, sebagai landasan utama perekonomian suatu negara (Rosyda, 2024)

Industri halal

Industri halal merupakan sektor ekonomi yang menjanjikan dan berpotensi untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi global. Permintaan yang tinggi terhadap produk halal dipicu oleh pertumbuhan populasi muslim yang cepat di seluruh dunia, mencapai dua milyar orang. Hal ini menjadikan industri halal sebagai elemen kunci dalam perdagangan global, terutama karena banyak negara dengan mayoritas penduduk muslim yang bergantung pada pasar internasional untuk memenuhi kebutuhan mereka (Rahmawati; Husni Thamrin dan Zulfadli Nugraha Triyan Putra, 2022).

Industri halal merujuk pada kegiatan produksi yang memastikan bahwa seluruh prosesnya memenuhi standar halal dan dapat dikonsumsi oleh umat Muslim sesuai dengan ajaran agama. Halal tidak hanya berlaku pada aspek konsumsi, namun mencakup seluruh tahapan produksi dan layanan terkait rantai pasokan. Ini wajib mengikuti prinsip halal dalam semua operasinya, termasuk dari pengemasan, pemasaran, manufaktur, logistik, pasokan, pemeliharaan, penyembelihan, dan lainnya mulai awal hingga akhir. Industri halal telah berkembang pesat sebagai industri manufaktur baru yang berkembang secara global dengan laju pertumbuhan tercepat di dunia. Perkembangan ini disertai dengan adopsi yang semakin luas terhadap prinsip Halal oleh banyak negara sebagai kriteria utama dalam menilai kualitas suatu produk (Rahmawati; Husni Thamrin dan Zulfadli

Nugraha Triyan Putra, 2022)

Industri dan produk halal di Indonesia memiliki potensi luar biasa secara lokal maupun internasional, tidak hanya dalam sektor makanan, mode, pariwisata, keuangan syariah, dan sebagainya. Pertumbuhan ini meliputi berbagai aspek gaya hidup dan budaya beragam, berdasar permintaan pasar yang tinggi terutama dari kalangan Muslim (Nora & Zulfahmi, 2022).

Beberapa karakteristik dalam industri halal meliputi : 1. Produk halal dapat dinikmati seluruh umat, tidak hanya muslim. 2. Secara umum, bagi umat Muslim, halal penting untuk memastikan *Spiritual Safety Concern*. Sementara secara umum, halal memiliki arti yang signifikan dalam memastikan produk yang digunakan atau dikonsumsi memenuhi standar kualitas, keselamatan, dan kesehatan (*Quality and health Concern*). 3. Produk yang dijual telah diaudit kehalalannya melalui proses sertifikasi halal yang disahkan oleh lembaga audit halal. Sertifikat halal berupa penilaian resmi dari lembaga Ulama Islam terhadap produk dan layanan yang lolos sertifikasi kehalalan. 4. Pelaku bisnis halal bisa berasal dari berbagai negara, baik yang mayoritas penduduknya Muslim maupun non-Muslim, asalkan memenuhi empat M, *Man, Materials, Mechanism, dan Monetary*.(Rahmawati; Husni Thamrin dan Zulfadli Nugraha Triyan Putra, 2022)

Perkembangan industri halal dan seluruh potensinya bisa menjadi pendorong penting dalam upaya meningkatkan cadangan devisa. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah *pertama* melalui peningkatan nilai ekspor produk halal. Potensi ekspor Indonesia terutama terdapat pada produk makanan halal dan busana muslim. Untuk meningkatkan nilai ekspor, diperlukan peningkatan produksi barang-barang tersebut, peningkatan kualitas produk, serta penetapan harga yang kompetitif. *Kedua*, Meningkatkan potensi pariwisata halal merupakan langkah penting dalam mendorong pertumbuhan cadangan devisa negara. Indonesia telah meraih berbagai penghargaan dalam hal pariwisata halal, sehingga meningkatkan kualitas pariwisata halal Indonesia perlu dilakukan melalui perencanaan strategis yang terfokus. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah memperkuat koordinasi dalam penyusunan paket wisata yang menyeluruh, serta meningkatkan kompetensi SDM di sektor pariwisata. *Ketiga*, Meningkatkan peran industri keuangan syariah dalam upaya mencapai inklusi keuangan dengan fokus pada mendukung UMKM yang beroperasi di sektor halal melalui penyediaan pembiayaan. Dengan menggunakan modal ini, UMKM dapat memperluas kegiatan usahanya (Subakti, 2022).

Selain itu, melalui program inklusi keuangan, transaksi pembayaran bagi UMKM pun menjadi lebih mudah. Dengan peningkatan jumlah UMKM yang menggunakan layanan keuangan syariah, maka pangsa pasar industri keuangan syariah akan bertambah. Akibatnya, sektor keuangan syariah akan menjadi lebih kuat dan memberikan manfaat yang lebih besar dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.(Subakti, 2022)

Industri halal terus mengalami perkembangan positif setiap tahun, yang secara signifikan memengaruhi ekonomi Indonesia. Dampak positif tersebut tercermin dalam pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). Ekonomi berbasis syariah sudah terbukti berperan dalam meningkatkan PDB sebesar USD 3,8 miliar setiap tahun (Kementerian Keuangan Republik Indonesia 2019). Kontribusi terhadap PDB dari tingkat konsumsi penduduk Indonesia serta aktivitas ekspor dan impor produk halal.(Subakti, 2022)

Indonesia, sebagai negara keempat terpadat di dunia setelah China, India, dan Amerika Serikat, memiliki populasi sebanyak 271 juta jiwa, dengan hampir 90% penduduknya beragama Islam. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah Muslim terbesar di dunia. Meskipun demikian, Indonesia saat ini lebih dikenal sebagai pasar konsumen produk halal daripada sebagai produsen utama. Meskipun memiliki populasi Muslim terbesar, Indonesia hanya menempati peringkat ke-10 sebagai produsen produk halal global.(Adji, 2024)

Di Indonesia, sekitar 12,6% dari industri makanan halal diimpor. BPJPH mencatat bahwa ada sekitar 30 juta produk usaha yang perlu sertifikasi halal. Saat ini, hanya sekitar 725.000 produk yang telah disertifikasi halal, dengan 405.000 di antaranya berasal dari sektor UMKM. Brazil adalah pemimpin dalam produksi produk halal global, diikuti oleh Australia dan negara lainnya. Meskipun Indonesia, negara dengan populasi Muslim terbesar, masih mengimpor sebagian besar makanan halalnya. Berdasarkan statistik FAO, Amerika Serikat mendominasi produksi daging unggas dunia dengan 18% pangsa pasar, diikuti oleh China, Brazil, dan Rusia. (Adji, 2024)

Beberapa potensi industri dan produk halal di Indonesia:

1. Populasi muslim terbesar di dunia

Indonesia memiliki jumlah populasi Muslim terbesar di dunia, mencapai 237,53 juta jiwa atau sekitar 86,9% dari total penduduk 273,32 juta jiwa (Kemendagri, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa permintaan akan produk halal di Indonesia sangat tinggi. Munculnya ekonomi syariah yang komprehensif, termasuk sektor industri halal, memberikan peluang bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan industri halal secara serius, baik dalam skala domestik, nasional, maupun global. Ini tidak hanya tentang ketaatan pada prinsip syariah, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup baru yang lebih sehat, aman, dan berkualitas bagi konsumen. Dengan pertumbuhan industri halal yang semakin pesat di dalam negeri, Indonesia berpotensi menjadi pemain utama dalam industri halal di tingkat global.

2. Tingginya nilai konsumsi produk halal masyarakat Indonesia

Pengeluaran masyarakat Indonesia dalam sektor industri halal mencapai sekitar USD 220 miliar, jumlah yang signifikan yang diyakini akan terus berkembang sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk muslim dan kesadaran akan manfaat kehalalan produk. Situasi ini memberikan kesempatan bagi Indonesia untuk menjadi pemimpin pasar halal jika dikelola secara optimal.

3. Regulasi Hukum/ UU Jaminan Produk Halal

UU JPH menunjukkan komitmen pemerintah Indonesia dalam mengakomodasi dan memajukan sektor industri halal di negara ini. UU JPH menetapkan pedoman dan standar yang jelas bagi pelaku industri untuk melakukan proses sertifikasi halal dengan penuh kepastian dan dalam kerangka tata kelola yang baik. Sebagai payung hukum resmi yang diakui negara, regulasi ini diharapkan bisa memastikan adanya informasi yang jelas dan transparan bagi perusahaan dan konsumen yang berkaitan dengan produk halal, sekaligus merangsang perkembangan pasar industri halal di Indonesia.

4. Adanya kebijakan substitusi impor

Pemerintah mendukung substitusi produk impor dengan barang lokal sebagai respons terhadap pertumbuhan populasi di Indonesia yang menyebabkan peningkatan permintaan akan produk halal. Upaya ini bertujuan untuk mengurangi ketergantungan terhadap impor produk halal dari luar negeri.

5. Dibentuk Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS)

KNEKS telah merancang masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 untuk memajukan sektor industri halal di Indonesia dengan fokus pada peningkatan nilai tambah guna memajukan industri halal. Dengan hadirnya masterplan ini, prospek pengembangan industri halal di Indonesia menjadi semakin cerah.

6. Dibentuknya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan LPH

Tindakan serius pemerintah dalam memajukan produk dan sektor halal tercermin melalui pendirian lembaga atau badan yang akan mengawasi industri produk halal, seperti BPJPH yang didirikan pada 11 Oktober 2017 sesuai UU No. 33 Tahun 2014 di bawah pengawasan Kementerian Agama. BPJPH memiliki tanggung jawab atas berbagai proses terkait kehalalan produk, seperti registrasi, sertifikasi, verifikasi, pembinaan, dan pengawasan. Mereka bekerjasama dengan berbagai pihak terkait, menetapkan standar kehalalan, dan mendukung didirikannya LPH untuk melakukan pemeriksaan

- produk yang halal sesuai dengan peraturan yang berlaku.
7. Dipermudahkannya kepengurusan sertifikasi halal bagi UMK
Dengan memberikan layanan tanpa dikenakan biaya, praktis, dilakukan secara ahli, dan berasaskan pada prinsip integritas sesuai dengan pedoman Pengelolaan Syariah, lembaga sertifikasi halal menjalankan prosesnya sesuai dengan standar kualitas internasional yang diatur dalam UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua pelaku UMKM yang memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan dapat dengan mudah mengakses layanan sertifikasi halal.
 8. Program Sertifikat Halal Gratis (SEHATI)
Pemerintah Indonesia menunjukkan komitmennya yang serius dalam memajukan sektor pariwisata dengan penciptaan Indonesia Muslim Travel Index (IMTI), yang mengikuti standar Global Muslim Travel Index (GMTI) sebagai pedoman bagi para pelaku pariwisata di Indonesia untuk meningkatkan layanan wisata halal. GMTI mengevaluasi aspek-aspek seperti aksesibilitas, komunikasi, lingkungan, dan pelayanan. Melalui Kementerian Pariwisata, pemerintah menyediakan fasilitas yang ramah bagi wisatawan Muslim. Inisiatif ini juga membuka peluang bagi berbagai paket wisata seperti perjalanan bisnis, akomodasi, belanja, dan restoran halal. (Nora & Zulfahmi, 2022)

Pengaruh Industri Terhadap Perkembangan Ekonomi Nasional

Dalam teori klasik Adam Smith dalam Adnan (2022), disebutkan bahwa kemajuan ekonomi suatu negara dapat tercapai melalui fokus pada spesialisasi produksi barang atau jasa tertentu. Dengan adanya spesialisasi ini, negara dapat menciptakan nilai tambah yang membedakannya dari negara lain, memungkinkan barang atau jasanya untuk diperdagangkan di pasar internasional. (Agustina, 2023)

Menurut Sukirno & Sadono (2011:331) “Pertumbuhan ekonomi ialah peningkatan aktivitas ekonomi yang mengakibatkan peningkatan produksi barang dan jasa dalam masyarakat serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, pertumbuhan ekonomi menilai kemajuan suatu perekonomian dari satu periode ke periode berikutnya. Kapasitas suatu negara untuk menghasilkan barang dan jasa meningkat. Peningkatan ini terjadi karena adanya peningkatan dalam faktor-faktor produksi baik secara kuantitas maupun kualitas. Investasi akan meningkatkan aset modal dan kemajuan teknologi yang digunakan semakin berkembang. (Agustina, 2023)

Secara garis besar, pertumbuhan ekonomi merujuk pada peningkatan kapasitas suatu negara dalam menghasilkan barang dan layanan. Pertumbuhan ekonomi memiliki peran krusial sebagai salah satu tolak ukur utama dalam mengevaluasi progres ekonomi suatu negara. Pertumbuhan ekonomi mencerminkan seberapa besar pendapatan tambahan yang akan dihasilkan oleh kegiatan ekonomi dalam periode waktu tertentu. Dalam esensinya, kegiatan ekonomi melibatkan penggunaan sumber daya produksi untuk menciptakan hasil, yang selanjutnya akan menghasilkan balas jasa kepada sumber daya produksi yang dimiliki oleh individu dalam masyarakat. (Agustina, 2023)

Pertumbuhan ekonomi mencerminkan perubahan berkelanjutan ke arah yang lebih positif dalam kondisi perekonomian suatu negara dalam jangka waktu tertentu. Ini adalah perkembangan aktivitas ekonomi yang menghasilkan pertambahan dalam produksi barang dan jasa dalam masyarakat serta peningkatan kemakmuran masyarakat secara keseluruhan. Umumnya, pertumbuhan ekonomi berkaitan dengan isu-isu yang relevan dengan negara maju. Pertumbuhan ekonomi bukanlah pencitraan instan dari keadaan ekonomi pada suatu saat, melainkan proses yang berkesinambungan. Pertumbuhan ekonomi seharusnya berkontribusi terhadap pendapatan per kapita dan bersifat jangka panjang. Stabilitas pertumbuhan ekonomi tidak dapat dinilai secara cepat. (M. Nur, Hamdi Agustina, 2023)

Industri di Indonesia menjadi elemen vital dalam perekonomian. Sektor industri mendukung pertumbuhan ekonomi yang cepat dan berkualitas, sehingga mengubah struktur ekonomi negara menjadi lebih baik. Di Indonesia, kemajuan pembangunan didukung oleh perkembangan berbagai sektor industri yang beragam. Sebagai hasilnya, sektor industri memiliki peran krusial dalam pertumbuhan ekonomi negara. Selain berpotensi meningkatkan pendapatan negara, sektor industri juga memberikan kesempatan bagi peluang usaha yang bisa memberikan dampak positif dalam usaha memperluas kesejahteraan masyarakat secara merata. Secara prinsip, semakin cepat pertumbuhan ekonomi suatu sektor, semakin banyak lapangan kerja yang tercipta dalam sektor tersebut. Dengan kata lain, keterkaitan antara sektor industri dan penyerapan tenaga kerja sangat erat (Noni Rozaini, 2023)

Pertumbuhan ekonomi adalah indikator yang menunjukkan sejauh mana pembangunan ekonomi telah terjadi di suatu daerah secara kuantitatif. Pembangunan ekonomi mencakup rangkaian langkah dan kebijakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menciptakan lapangan kerja, meratakan distribusi pendapatan, memajukan pertumbuhan ekonomi di level regional, serta mendorong peralihan aktivitas ekonomi dari sektor pertanian ke sektor industri dan jasa. Diakui secara luas bahwa pertumbuhan ekonomi adalah bagian integral dari proses pembangunan suatu negara. Pertumbuhan ekonomi dianggap sebagai prasyarat yang diperlukan (*necessary condition*) maupun cukup (*sufficient condition*) dalam upaya mengurangi tingkat kemiskinan.(Noni Rozaini, 2023)

Perlindungan Terhadap Konsumen Dalam Industri Halal

Di Indonesia, UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan sumber hukum utama yang mengatur perlindungan konsumen. UUPK, yang diundangkan pada 20 April 1999 dan mulai berlaku efektif pada 20 April 2000, bukanlah satu-satunya peraturan yang mengatur masalah ini. Sebelumnya, terdapat 20 undang-undang lain yang mencakup perlindungan konsumen, namun UUPK kemudian dijadikan sebagai payung hukum yang mengintegrasikan dan memperkuat peraturan-peraturan terkait konsumen untuk meningkatkan penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen. UUPK bukanlah titik akhir dalam regulasi perlindungan konsumen; namun, ada potensi untuk munculnya peraturan baru yang secara prinsipal menyediakan perlindungan bagi konsumen. (Juwita, 2022)

UUPK menjelaskan perlindungan konsumen mencakup segala langkah yang memastikan keberadaan kepastian hukum guna melindungi konsumen. Dua poin utama dari cakupan perlindungan konsumen tersebut adalah: 1. Menjamin bahwa barang yang diterima oleh konsumen sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. 2. Mencegah penerapan syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen. (Maharani & Dzikra, 2021)

Perlindungan konsumen bertujuan untuk memberikan keamanan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan mereka. Langkah-langkah yang diambil dalam rangka perlindungan konsumen tidak hanya bersifat pencegahan namun juga sanksi dalam segala aspek perlindungan yang diberikan kepada konsumen, sehingga regulasi perlindungan konsumen diarahkan dengan: 1. Membangun sebuah sistem yang memastikan akses informasi yang transparan, serta menegakkan kepastian hukum. 2. Memperhatikan kebutuhan konsumen secara khusus dan mengayomi semua pihak yang terlibat dalam dunia bisnis. 3. Meningkatkan standar barang dan layanan yang diberikan. 4. Melindungi konsumen dari praktik bisnis yang curang dan menyesatkan. 5. Menyelaraskan upaya perlindungan konsumen dengan bidang perlindungan lainnya dalam penyelenggaraan, pengembangan, dan regulasi.(Maharani & Dzikra, 2021)

Pasal 2 UU No 8 Tahun 1999 merumuskan azas Perlindungan Konsumen: 1. Asas Manfaat; mengamanatkan segala upaya dalam perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang maksimal bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara menyeluruh, 2. Asas Keadilan; Partisipasi aktif seluruh warga dapat dibangun sepenuhnya sambil

memberikan kesempatan yang adil bagi konsumen dan pengusaha untuk memperoleh hak dan memenuhi kewajiban mereka dengan keadilan, 3. Asas Keseimbangan; menyelaraskan kepentingan konsumen, pengusaha, dan pemerintah dalam kedimensionalitas material maupun spiritual, 4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen; melindungi keamanan dan keselamatan pelanggan dalam penggunaan, pemakaian, dan manfaat yang diperoleh dari barang dan jasa yang mereka gunakan, 5. Asas Kepastian Hukum; Baik pengusaha maupun konsumen mengikuti peraturan serta mendapatkan perlakuan adil dalam pelaksanaan perlindungan konsumen, sementara pemerintah menjamin kepastian hukum. (Maharani & Dzikra, 2021)

Perlindungan konsumen sesuai UU No. 8 Tahun 1999 Pasal 3 bertujuan: 1. Peningkatan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri mereka sendiri; 2. Peningkatan martabat konsumen dengan menghindarkan mereka dari dampak negatif dan menggunakan produk atau jasa dengan bijak; 3. Memberdayakan konsumen dalam pemilihan, penentuan, dan penegakan hak-haknya; 4. Pembentukan sistem perlindungan konsumen yang jelas secara hukum dan transparansi informasi, serta memastikan akses informasi yang cukup; 5. Meningkatkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya perlindungan konsumen sehingga mendorong praktik bisnis yang jujur dan bertanggung jawab; 6. Peningkatan kualitas produk dan layanan untuk menjaga keberlanjutan usaha, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen. (Pemerintah dan DPR, 2019)

Salah satu tujuan perlindungan konsumen yakni meningkatkan penghargaan dan kehormatan konsumen sambil memberikan akses yang lebih baik kepada informasi mengenai produk dan layanan, serta mendorong integritas dan tanggung jawab dalam perilaku bisnis, walaupun interaksi langsung antara produsen dan konsumen jarang terjadi.

Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa hak konsumen : 1) Prerogatif atas kenikmatan, ketertiban, serta keselamatan saat bertransaksi barang atau layanan; Hak untuk memastikan pilihan barang atau layanan sesuai dengan nilai dan jaminan yang dijanjikan; 3) Kebebasan untuk memperoleh informasi yang tepat, terang, dan jujur seputar mutu dan jaminan barang atau layanan; 4) Peluang untuk menyuarakan aspirasi serta keluhan terhadap barang atau layanan yang diterima; 5) Akses terhadap advokasi, perlindungan, dan penyelesaian konflik konsumen yang wajar; 6) Kesempatan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan sebagai konsumen; 7) Perlakuan yang adil, jujur, dan tanpa diskriminasi; 8) Hak atas rekompensasi, restitusi, atau penggantian bila barang atau layanan tidak sesuai kesepakatan atau standar yang diharapkan; 9) Hak-hak yang dijamin dalam berbagai hukum dan perundang-undangan lainnya. (Handriani, 2020)

Sedangkan kewajiban pelaku usaha kepada konsumen tercantum pada pasal 7 UU No. 8 Tahun 1999: a. I'tikad dalam menjalankan usahanya; b. Menyediakan informasi yang akurat, transparan, dan jujur mengenai kondisi serta keandalan barang atau jasa, dan memberikan penjelasan tentang penggunaan, perawatan, dan pemeliharaannya; c. Mengkoordinasikan layanan kepada pelanggan secara etis, adil, dan tanpa diskriminasi; d. Menjamin kualitas dari barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan sesuai dengan standar yang berlaku; e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mencoba dan menguji barang atau jasa tertentu, serta memberikan jaminan dan garansi atas produk-produk yang dijual; f. Memberikan kompensasi, penggantian rugi, maupun penggantian atas kerugian yang timbul dari penggunaan barang atau jasa yang dibelinya; g. Memberikan kompensasi, penggantian rugi, atau pengembalian ketika barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. (DPR, 1999)

Peraturan mengenai tindakan yang dilarang bagi pelaku usaha tertera dalam Bab IV Pasal 8 UU No. 8 Tahun 1999 menjelaskan tentang perbuatan yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha: (1) Tidak diperbolehkan membuat atau menjual barang dan/atau layanan yang: a. Tidak memenuhi standar yang diwajibkan dan ketentuan hukum; b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau jumlah yang tercantum pada

label produk; c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah yang sebenarnya; d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran seperti yang tertera pada label barang atau jasa; e. Tidak sesuai dengan kualitas, tingkat, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu seperti yang dinyatakan dalam label produk atau jasa tersebut; f. Melanggar janji yang tertera dalam label, keterangan etiket, iklan, atau promosi penjualan produk atau layanan tersebut; g. Tanpa menyertakan tanggal kedaluwarsa atau masa penggunaan terbaik untuk produk tertentu; h. Tidak mengikuti persyaratan produksi halal, seperti yang tercantum dalam label "halal"; i. Tanpa menempelkan label yang berisi nama produk, ukuran, berat/netto, komposisi, instruksi penggunaan, tanggal produksi, efek samping, informasi kontak produsen, dan informasi lain yang diperlukan menurut aturan yang berlaku; j. Tidak memuat informasi dan panduan penggunaan produk dalam bahasa Indonesia sesuai dengan persyaratan hukum yang berlaku. (2) Larangan bagi pelaku usaha untuk menjual barang yang rusak, cacat, bekas, atau tercemar tanpa memberikan informasi yang jelas secara lengkap dan akurat. (3) Pelarangan bagi pelaku usaha dalam hal berdagang barang-barang yang telah rusak, cacat, bekas, atau terkontaminasi tanpa transparansi informasi yang tepat. (4) Tindakan dilarang bagi pelaku usaha terhadap sediaan farmasi dan produk pangan yang telah rusak, cacat, bekas, atau tercemar, di mana keterbukaan informasi harus dijamin. (5) Konsekuensi bagi pelanggar ketentuan yang disebutkan pada poin 1 dan 2, yakni larangan untuk terus berdagang barang atau jasa tersebut serta kewajiban untuk menariknya (Pemerintah dan DPR, 2019). Menurut Gunawan Wijaya, tanggung jawab individu yang menjalankan bisnis selalu terkait dengan kerugian yang diderita oleh konsumen, terutama dalam perjanjian jual beli yang diatur dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam konteks ini, kewajiban yang dimiliki oleh pelaku usaha dikenal sebagai *product liability* (Handriani, 2020)

Dalam upaya melindungi kepentingan konsumen, diperlukan peraturan yang mengatur tanggung jawab produsen (termasuk penyalur dan pemasok) terhadap konsumennya, meliputi: *pertama* produsen harus mematuhi semua ketentuan yang terkait dengan produk yang mereka tawarkan dan informasi yang disampaikan melalui iklan produk tersebut. Alasannya adalah karena konsumen memilih produk berdasarkan informasi yang mereka terima tentang produk tersebut dan promosi yang dilakukan. Oleh karena itu, segala ketentuan terkait produk seperti masa berlaku, bahan yang digunakan (termasuk tidak mengandung alkohol), serta status halal, harus dipenuhi. Jika ketentuan tersebut dilanggar, konsumen berhak untuk mengajukan tuntutan terhadap produsen atas dugaan praktik penipuan. *Kedua*, Produsen harus secara transparan mengungkapkan semua informasi yang diperlukan oleh konsumen mengenai produk mereka. Mereka tidak boleh menyembunyikan informasi penting seperti komposisi produk, status halal, bahan kimia, atau informasi lain yang relevan. *Ketiga*, produsen juga bertanggung jawab untuk menjelaskan secara jujur dan lengkap mengenai risiko keamanan dan keselamatan dalam menggunakan produk, terutama dalam konteks produk yang ditujukan untuk anak-anak seperti mainan. Tidak boleh ada penyésatan informasi tentang produk yang ditawarkan, karena hal ini dapat dianggap sebagai tindakan penipuan yang tidak etis. (Keraf, 2018)

Dari tiga tanggung jawab tersebut, sangat jelas bahwa pengetahuan mengenai produk memiliki peran yang krusial. Pengetahuan menjadi landasan bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk. Keakuratan dan kewajiban bertanggung jawab terhadap informasi sangatlah penting. Disamping itu, konsumen diharapkan untuk membaca informasi secara teliti baik pada borsur, iklan ataupun label produk. Konsumen harus hati-hati dengan berbagai iming-iming hadiah dan bonus yang tidak lain bersumber dari harga yang sengaja sedikit dinaikkan. (Keraf, 2018). Jadi penting bagi konsumen untuk memperkuat kesadaran, pengetahuan, kepedulian, dan kemampuan dalam melindungi diri mereka sendiri. Penting untuk secara intensif menyosialisasikan Undang-undang perlindungan konsumen, terutama kepada masyarakat dari lapisan bawah dan yang

memiliki tingkat pendidikan rendah. Karena masalah-masalah ini seringkali timbul akibat kurangnya pemahaman konsumen. Dalam upaya meningkatkan kesadaran dan kewaspadaan konsumen, berdasarkan Pasal 5 UU perlindungan konsumen, konsumen diwajibkan untuk: 1. Memperhatikan dan mengikuti petunjuk informasi serta prosedur untuk penggunaan barang dan/atau jasa demi keamanan; 2. Bertindak dengan itikad baik ketika melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa; 3. Melakukan pembayaran sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati; 4. Terlibat dalam proses penyelesaian hukum apabila terjadi sengketa terkait perlindungan konsumen. (Maharani & Dzikra, 2021)

Lembaga Pengawasan Dalam Perlindungan Konsumen

Di Indonesia, ada banyak organisasi yang aktif di bidang tersebut, yang beroperasi di bawah Direktorat Perlindungan Konsumen Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri. Misalnya, BPKN (Badan Perlindungan Konsumen Nasional), LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat), dan BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen). Organisasi-organisasi ini memiliki peran dan tanggung jawab yang berbeda-beda. (Azizah, 2018)

Pasal 44 UU NO. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa pemerintah mengakui lembaga masyarakat yang didedikasikan untuk perlindungan konsumen, yang harus memenuhi persyaratan seperti terdaftar, diakui secara resmi, fokus pada perlindungan konsumen, serta memiliki peran penting dalam upaya menjaga hak-hak konsumen. (Azizah, 2018)

LPKSM ialah organisasi nirlaba yang fokus pada perlindungan konsumen dengan kesempatan untuk aktif berkontribusi dalam memastikan keamanan konsumen. Perannya meluas tidak hanya pada sektor perusahaan dan pasar modern, tetapi juga pada pasar tradisional di mana pelanggaran terhadap hak-hak konsumen sering kali terjadi. Dengan hak hukum untuk mewakili kepentingan masyarakat yang terdampak oleh barang dan jasa yang diproduksi, LPKSM merupakan bagian dari mekanisme layanan publik yang disediakan oleh pemerintah. (Azizah, 2018)

Pengawasan perlindungan konsumen sesuai Pasal 30 UU No. 8 Tahun 1999: (1) Pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat berperan dalam mengawasi perlindungan konsumen dan penerapan hukumnya. (2) Menteri dan/atau menteri teknis terlibat dalam melakukan pengawasan pemerintah sesuai dengan yang disebutkan dalam poin pertama. (3) Pengawasan atas produk dan layanan di pasaran dilakukan oleh masyarakat serta lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sesuai dengan urutan yang disebutkan sebelumnya. (4) Jika pengawasan yang dilakukan seperti yang disebutkan pada ayat 3 menunjukkan pelanggaran terhadap hukum yang berlaku dan berpotensi merugikan konsumen, Menteri dan/atau pejabat teknis akan bertindak sesuai dengan regulasi yang berlaku. (5) Informasi hasil pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat dan organisasi perlindungan konsumen non-pemerintah bisa disebarluaskan ke publik dan disampaikan kepada Menteri serta pejabat teknis. (6) Detail mengenai pelaksanaan pengawasan sesuai dengan poin-poin sebelumnya akan diatur melalui Peraturan Pemerintah. (DPR, 1999)

Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat ini didirikan berdasarkan hukum dan diakui secara resmi, serta melaksanakan kegiatannya sebagaimana tertera dalam Pasal 44 UUPK meliputi: a. Penyebaran informasi guna meningkatkan kesadaran tentang hak dan kewajiban serta kehati-hatian konsumen saat menggunakan produk dan layanan; b. Menasehati konsumen yang membutuhkannya; c. Berkolaborasi dengan lembaga terkait guna memastikan perlindungan konsumen terwujud; d. Mendukung konsumen dalam mengupayakan hak-haknya, termasuk menangani keluhan atau pengaduan dari konsumen; e. Mengawasi bersama dengan pemerintah dan masyarakat terhadap implementasi perlindungan konsumen. (Juwita, 2022)

Adapun Perlindungan konsumen dalam perspektif Islam, sebagaimana diutarakan oleh Muhammad bahwa perlindungan konsumen meliputi :

a. Perlindungan dari pemalsuan dan informasi tidak benar

Sebelum memutuskan untuk membeli, calon pembeli biasanya akan mencari informasi mengenai berbagai aspek dari suatu produk. Kelengkapan, daya tarik, dan keunggulan produk menjadi faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, informasi memegang peranan penting dalam proses ini. Informasi yang diberikan kepada konsumen tidak hanya mencakup detail mengenai jumlah dan kualitas produk, tetapi juga mencakup informasi mengenai efek samping potensial atau risiko penggunaan, serta hal-hal seperti kepatuhan terhadap prinsip-prinsip keagamaan tertentu seperti status halal atau haram produk tersebut.

Salah satu alasan terjadinya kerusakan hubungan saling rela (*taradhin*) ialah ketidaksesuaian antara karakteristik atau kriteria produk yang diberikan oleh penjual kepada pembeli atau yang diharapkan oleh pembeli, yang kemudian menghasilkan penyesalan sebagai hasil dari kerusakan hubungan tersebut. Memberikan informasi yang tidak akurat, seperti iklan yang menipu yang sering kita jumpai di berbagai media, ialah salah satu bentuk kecurangan.

b. Perlindungan terhadap hak pilih dan nilai tukar tidak wajar

Nabi Muhammad dengan tegas melarang monopoli sebab dapat mengakibatkan ketidakseimbangan nilai tukar dalam transaksi jual beli. Faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya harga yang tidak wajar di pasar termasuk praktik monopoli ekonomi dan persaingan yang tidak sehat, penyalahgunaan kerentanan konsumen seperti ketidaktahuan, ketidaktelitian, atau keadaan terdesak, serta penipuan dan kurangnya informasi yang informatif.

Untuk mengatasi fluktuasi harga yang tidak wajar di pasar, prinsip fikih Islam menawarkan solusi seperti larangan praktik ribawi, melarang monopoli dan persaingan yang tidak sehat, menetapkan harga tetap/*al-ta'ir*, menghindari penipuan dalam nilai tukar/*khiyar al-Ghubn al-fahsy*, serta menerapkan keadilan dalam transaksi jual beli/*khiyar al-murtasyi* seperti menghindari transaksi yang melibatkan barang haram dan praktik spekulatif/*talaqi rubhan dan al-hadhir li bad*.

c. Perlindungan terhadap keamanan produk dan lingkungan sehat

Perkembangan teknologi dan pertumbuhan ekonomi serta perdagangan yang pesat menekankan perlunya pengawasan yang lebih ketat terhadap risiko yang muncul akibat penggunaan produk tertentu. Situasi ini menekankan perlunya penerapan prinsip "ceveat venditor" yang menekankan tanggung jawab pada penjual untuk berhati-hati, bukan pada pembeli. Ketidaktahuan konsumen dapat menyebabkan peningkatan risiko terhadap bahaya atau efek samping yang mungkin terjadi pada konsumen.

Perlunya pemerintah mengawasi produk berbahaya bagi konsumen serta penyalahgunaan narkotika dan psikotropika. Selain itu, kondisi lingkungan yang merugikan akibat praktik bisnis perlu diberikan perhatian serius karena setiap makhluk hidup membutuhkan lingkungan yang sehat. Ketidaktahuan konsumen tidak hanya terkait dengan pengungkapan kualitas produk dan cacat tersembunyi, tetapi juga mencakup informasi mengenai potensi risiko yang terkait dengan penggunaan produk tersebut.

d. Perlindungan dari pemakaian alat ukur tidak tepat

Alat ukur yang dimaksud mencakup kecocokan antara atribut dan standar barang yang diminta dengan yang diberikan dalam segala aspek, seperti dimensi, berat, konten, dan label sesuai dengan yang dijanjikan oleh penjual, yang relevan dengan tuntutan zaman saat ini. (Muhammad, 2019)

Praktik berbisnis yang dilarang Rasulullah: 1. *Talaqqi Rukban*, mencegat pedagang di tengah perjalanan. Sabda Rasulullah "Jangan kamu mencegat para pedagang ditengah jalan". Pemilik barang berhak untuk memilih setelah barangnya tiba di pasar, apakah ia

ingin menjual kepada mereka yang menghentikan di jalan atau kepada orang yang berada di pasar (*Muttafakun alaih*) 2. Menurut Imam Ghazali, dilarang memperbanyak harga melebihi standar pasar. 3. Bisnis yang melibatkan penipuan karena ketidakpastian disebut bai'al-gharar. 4. Gisyah merupakan tindakan menutupi kecacatan dalam barang dagangan. 5. Bisnis Najasy termasuk dalam tindakan menaikkan harga dengan cara tidak jujur. 6. Memperdagangkan barang yang diharamkan adalah termasuk produk haram. 7. Riba adalah praktik mengambil keuntungan tambahan dalam transaksi. 8. Tathfif merujuk pada tindakan mengurangi berat atau takaran barang yang dijual. (Juwita, 2022)

Penutup

Munculnya industri halal sebagai jawaban bagi masyarakat yang menghendaki agar produksi barang dan jasa dilakukan secara Islami, terutama yang berkaitan dengan barang. Hal ini merupakan sesuatu yang wajar mengingat mayoritas Muslim di Indonesia merupakan terbesar di dunia. Mereka tidak menghendaki bahwa barang-barang yang mereka konsumsi tersebut merupakan barang yang haram atau tidak jelas kehalalannya oleh karenanya produk yang dihasilkan industri halal tidak boleh bertentangan dengan syariat Islam mulai dari bahan baku, pengolahan hingga menjadi barang jadi yang siap digunakan atau dikonsumsi. Jadi produksi halal merupakan tanggung jawab produsen pada konsumen dalam melayani dengan baik.

Perlindungan terhadap konsumen merupakan aspek yang sangat penting dalam industri halal, mengingat banyaknya produk di pasaran mengklaim halal. Konsumen, terutama yang beragama Islam, berhak memperoleh informasi produk akurat tentang kehalalan produk yang mereka konsumsi. Hal ini mencakup tidak hanya aspek kualitas dan kuantitas, tetapi juga informasi tentang bahan yang digunakan, proses produksi, dan potensi efek samping dari produk tersebut. Dalam konteks ini, perlindungan konsumen tidak hanya bersifat legal, tetapi juga moral dan etis, sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam.

Meskipun telah ada regulasi seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan standar halal yang ditetapkan oleh lembaga terkait, implementasi di lapangan masih menghadapi berbagai tantangan. Banyak pelaku industri yang belum sepenuhnya mematuhi standar halal, baik karena kurangnya pengetahuan maupun kesengajaan untuk meraih keuntungan lebih. Hal ini menciptakan ketidakpastian bagi konsumen dan merugikan mereka sebagai pengguna produk. Sehingga perlu pengawasan lebih ketat dan sanksi yang tegas bagi pelanggar.

Dalam konteks Hukum Islam, perlindungan terhadap konsumen harus mengacu pada prinsip-prinsip hukum Islam yang menekankan pentingnya keadilan, transparansi, dan tanggung jawab dalam transaksi ekonomi. Konsep keadilan (*'adl*) mengharuskan pelaku usaha untuk tidak melakukan penipuan atau eksploitasi terhadap konsumen. Tanggung jawab (*amanah*) menuntut pelaku usaha menyajikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan. Selain itu, transparansi (*tawliyah*) dalam proses bisnis sangat penting untuk membangun kepercayaan antara produsen dan konsumen. Penerapan prinsip-prinsip ini dalam industri halal diharapkan bisa meningkatkan perlindungan konsumen dan menciptakan pasar yang lebih adil.

Jadi perlindungan konsumen dalam industri halal merupakan isu yang kompleks dan perlu perhatian serius dari seluruh pihak. Dengan menerapkan prinsip-prinsip hukum Islam dan memperkuat regulasi yang ada, diharapkan konsumen dapat terlindungi dari praktik-praktik yang merugikan. Hasil dari penelitian ini selanjutnya merekomendasikan agar pemerintah meningkatkan pengawasan dan penegakan hukum, serta mendorong pelaku usaha untuk lebih transparan dan bertanggung jawab. Selain itu, edukasi kepada konsumen harus ditingkatkan agar mereka lebih memahami hak-hak mereka dan dapat

membuat keputusan yang lebih baik dalam memilih produk halal. Dengan demikian, pembahasan ini menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam menciptakan lingkungan yang aman dan adil bagi konsumen dalam industri halal.

Daftar Pustaka

- Adji, K. (2024). Indonesia, Negara Berpenduduk Muslim Terbanyak Tapi Industri Halal di Peringkat 10 Dunia. *Umsida*, 1.
- Agustina, S. dkk. (2023). Pengaruh Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Jumek : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 1, 114–120. <https://doi.org/10.59024/jumek.v1i1.31>
- Azizah, S. (2018). Legal Standing Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) Dalam Perkara Ekonomi Syari'ah di Pengadilan Agama. *Muslim Heritage*, 3, 107–120. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v3i1.1299>
- DPR, P.-. (1999). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*.
- Handriani, A. (2020). Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online. *P A L R E V | J O U R N A L O F L A W*, 3, 129–137. <https://dx.doi.org/10.32493/palrev.v3i2.7989>
- Juwita, A. T. S. R. (2022). Perlindungan Hak Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999. *OPINIA DE JOURNAL*, 2, 33–49. <https://doi.org/10.35888/opinia.v2i2.30>
- Keraf, A. S. (2018). *Etika Bisnis Tuntunan Dan Relevansinya* (19 ed.). PT. Kanisius.
- M. Nur, Hamdi Agustin, N. M. N. (2023). Pengaruh Ekspor dan Impor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4, 1363–1365. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i2.1654>
- Maharani, A., & Dzikra, A. D. (2021). Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha(Literature Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 2, 659–664. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6>
- Muhammad. (2019). *Pengantar Bisnis Islam*. UPP STIM YKPN.
- Noni Rozaini, T. S. (2023). Pengaruh Jumlah Industri, Pertumbuhan Penduduk dan Tenaga Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan dan Konselin*, 5, 4666. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i2.14204>
- Nora, M. dan, & Zulfahmi. (2022). Potensi Pengembangan Industri Halal Indonesia Di Tengah Persaingan Halal Global. *Iqtisaduna*, 8, 140. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i2.32465>
- Pemerintah dan DPR. (2019). *UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*.
- Pramesti, M. (2023). Konsep Industrialisasi Pada Pengembangan Teknologi Di Indonesia. *POPULER: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 2, 149–156. <https://doi.org/10.58192/populer.v2i2>

Rahmawati; Husni Thamrin dan Zulfadli Nugraha Triyan Putra. (2022). Overview Industri Halal di Perdagangan Global. *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5, 73. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(2\).9657](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(2).9657)

Rosyda. (2024). Pengertian Industri, Jenis, Contoh, dan Tujuannya. *Gamedia Blok*.

Subakti, B. A. dan G. E. (2022). Perkembangan Industri Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Indonesian Journal of Halal*, 5, 72–75. <https://doi.org/10.14710/halal.v5i1.14416>