

Perlindungan Konsumen Pada Industri Halal Di Era Digital Marketing Bagi Masyarakat Di Desa Ngadi, Kabupaten Kediri

¹⁾Zahry Vandawati Chumiada*, ²⁾Bambang Sugeng Ariadi S, ³⁾Fiska Silvia, ⁴⁾Hilda Yunita Sabrie, ⁵⁾Erni Agustin

^{1,2,3,4,5)}Hukum, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia

Email Corresponding: hilda.sabrie@fh.unair.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Kata Kunci: Perlindungan Konsumen Pelabelan Halal Produk Barang Pelaku Usaha Digital</p>	<p>Pada era digital saat ini memudahkan para pelaku usaha untuk dapat memasarkan produk usahanya ke seluruh lapisan masyarakat, baik dalam skala nasional maupun sampai dengan ke lintas negara. Indonesia merupakan negara yang Sebagian besar masyarakatnya beragama Islam, dimana sangat penting bagi mereka untuk dapat memastikan produk barang yang dibelinya telah tersertifikasi halal. Memperhatikan faktor tersebut, pemerintah berusaha untuk memberikan perlindungan berupa persyaratan wajib pelabelan halal terhadap semua produk barang (makanan dan minuman) yang diperjual belikan, tidak terkecuali melalui pasar digital. Terdapat kendala manakala produk barang ini dijual melalui digital marketing, seperti aplikasi online marketplace dan sejenisnya. Konsumen terkadang tidak diberi informasi terkait kehalalan produk tersebut. Pada sisi lain konsumen telah membelinya. Selain itu terdapat pula faktor dimana pelaku usaha dalam memproduksi produk barangnya tidak mencantumkan atau mendaftarkan sertifikasi halal dalam kemasan produknya. Sehingga membuat konsumen menjadi ragu untuk membelinya. Terkait faktor-faktor tersebut maka perlu adanya sosialisasi dan pendampingan kepada pelaku usaha dan juga para konsumen tentang pentingnya pelabelan halal bagi produk barang (makanan dan minuman). Kegiatan ini dilakukan di Desa Ngadi, Kabupaten Kediri dengan dihadiri 60 (enam puluh) pelaku usaha dan konsumen. Tujuannya adalah para pelaku usaha mengetahui pentingnya pelabelan halal untuk setiap produk barangnya dan juga mengetahui cara mendaftarkannya. Begitupun konsumen akan lebih berhati-hati untuk membeli produk yang dijual pada pasar/platform digital.</p>
	<p style="text-align: center;">ABSTRACT</p>
<p>Keywords: Consumer Protection Halal Labeling Goods Products Business Actors Digital</p>	<p>In the current digital era, it is easier for business actors to be able to market their business products to all levels of society, both on a national scale and across countries. Indonesia is a country where the majority of people are Muslim, so it is very important for them to be able to ensure that the products they buy are certified halal. Paying attention to these factors, the government is trying to provide protection in the form of mandatory halal labeling requirements for all goods (food and drink) that are bought and sold, including through digital markets. There are problems when these products are sold through digital marketing, such as online marketplace applications and the like. Consumers are sometimes not given information regarding the halalness of the product. On the other hand, consumers have bought it. Apart from that, there are also factors where business actors in producing their goods do not include or register halal certification in their product packaging. So it makes consumers hesitate to buy it. Regarding these factors, there is a need for outreach and assistance to business actors and consumers about the importance of halal labeling for goods (food and beverages). This activity was carried out in Ngadi Village, Kediri Regency, attended by 60 (sixty) business actors and consumers. The aim is for business actors to know the importance of halal labeling for each product and also know how to register it. Likewise, consumers will be more careful about buying products sold on digital markets/platforms.</p> <p style="text-align: right;">This is an open access article under the CC-BY-SA license.</p> <div style="text-align: right;">  </div>

I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang sangat pesat, memiliki dampak positif bagi pelaku usaha khususnya di bidang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Kemajuan teknologi ini membuat pelaku usaha dapat memperdagangkan produk usahanya melalui pasar digital. Sehingga banyak konsumen yang akan mengenal dan bahkan membeli produk secara *online*. Jual beli produk secara online menjadi budaya baru di Indonesia. Meskipun demikian terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan agar para pihak dalam transaksi jual beli *online* dapat terlindungi.

Pada berbagai kasus yang terjadi dalam transaksi jual beli online, pelaku usaha tidak memberikan informasi yang selengkap-lengkapnyanya terkait produk yang dijualnya. Salah satu informasi tersebut adalah terkait dengan sertifikasi halal. Informasi ini penting diketahui oleh para konsumen karena jika tidak diinfokan maka hal ini akan merugikan konsumen khususnya konsumen yang beragama Islam. Ketentuan ini merupakan kewajiban dari pelaku usaha sebagai bentuk perlindungan konsumen.

Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan agar pelaku usaha memahami tentang kewajibannya; salah satunya pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar dan lengkap kepada konsumen. Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan di Dusun Setono Pundung Desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri Propinsi Jawa Timur. Dusun ini dipilih karena merupakan salah satu dusun yang sebagian warganya adalah pelaku usaha UMKM. Sehingga perlu kiranya diadakan sosialisasi dan pendampingan terkait perlindungan konsumen atas transaksi jual beli produk secara *online*.

Perlindungan konsumen berperan penting dalam meningkatkan harkat dan martabat konsumen tanpa mengesampingkan peran pelaku usaha untuk menyediakan berbagai produk/jasa yang berkualitas. Dengan peningkatan perlindungan konsumen (Rusid, 2022), transaksi perdagangan di era digital marketing tentunya juga dapat menambah risiko kerugian bagi konsumen (Zaid, 2024). Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen mengatur tentang hak-hak konsumen. Pada pasal 4 huruf a menyatakan hak konsumen atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa (M. Sadar:2012). Berkaitan dengan pasal 4 huruf a tersebut konsumen muslim berhak atas produk yang memberikan rasa aman, nyaman dan tentram, maka pelaku usaha berkewajiban mengajukan permohonan sertifikat halal melalui LPOM MUI untuk mendapatkan sertifikat halal dan kemudian mencantumkan logo halalnya pada produk (Ma'rif Amin: 2013). Selanjutnya Pasal 4 angka c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan, konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa. Merujuk pada pasal 4 huruf c tersebut melindungi konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal, pelaku usaha dalam memproduksi barang/dan jasa untuk diperdagangkan berkewajiban untuk memberikan informasi yang jelas dan jujur bahwa produk yang diperdagangkan tersebut adalah produk halal dengan mencantumkan logo sertifikat halal MUI. Tujuan logo sertifikat halal MUI adalah memberikan perlindungan dan kepastian hukum (Sudikno; 1999) hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal. Mencegah konsumen muslim mengkonsumsi produk yang tidak halal.

Menyangkut perlindungan konsumen terhadap produk halal, perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan di era digital marketing selain mengacu pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 tahun 1999 juga mengacu pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Perdagangan, serta Permendag Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan melalui sistem elektronik. Sejak dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk halal lebih memberi perlindungan dan kepastian hukum bagi konsumen dalam mengkonsumsi produk halal. Lima tahun setelah disahkan undang-undang ini semua produk yang beredar dimasyarakat wajib mencantumkan sertifikat halal pada kemasannya dan sebaliknya apabila produk terdiri dari bahan yang tidak halal berdasarkan Pasal 29 ayat (2) pelaku usaha wajib mencantumkan pada kemasan produk tanda tidak halal, misalnya gambar babi (Thobieb al-Asyhar:2003).

II. MASALAH

Permasalahan yang saat ini ada di daerah mitra adalah:

1. Masyarakat pelaku usaha belum mengetahui proses pengajuan untuk mendapatkan sertifikasi halal
2. Di daerah mitra belum ada pendampingan terkait proses apabila terjadi sengketa sertifikasi produk halal.

III. METODE

Metode adalah suatu cara yang digunakan untuk mencapai target yang telah ditentukan sebelumnya. Metode pelaksanaan dapat diartikan sebagai suatu cara tertentu yang dilakukan untuk mencapai suatu hasil yang diharapkan. Pelaksanaan. Kegiatan pengabdian Masyarakat ini salah satunya dilakukan dengan cara partisipatif (Peter Mahmud:2005). Artinya Tim Pengabdian Masyarakat melakukan sosialisasi dan pendampingan terkait topik yang telah ditentukan kemudian pelaku usaha dan konsumen menjadi objek dalam Pengabdian Masyarakat tersebut. Peran serta Masyarakat sangat dibutuhkan dalam sosialisasi ini. Kegiatan ini dilakukan di Dusun Setono Pundung Desa Ngadi, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri Provinsi Jawa Timur. Tahap berikutnya adalah melakukan monitoring dan evaluasi terhadap pendampingan yang dilakukan. Pada tahap ini Tim Pengabdian Masyarakat akan melihat sampai sejauh mana masyarakat menerima *positive impact* dari sosialisasi dan pendampingan yang telah dilakukan sebelumnya. Kemudian tahap akhir adalah membuat laporan kegiatan dan memberikan luaran. Adapun luaran yang dimaksud antara lain adalah video kegiatan, publikasi di media massa atau elektronik dan publikasi artikel pada jurnal nasional.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kediri merupakan peringkat ke 15 yang berkontribusi terbesar di Provinsi Jawa Timur dalam pembentukan nilai tambah bruto di bidang koperasi dan UMKM. Pelaku usaha di Kediri terus mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat pada tahun 2022 jumlah pelaku usaha UMKM adalah sebanyak 7.077. Pada tahun berikutnya (2023) bertambah sebanyak 2.476 sehingga total menjadi 9.553 UMKM. Pada tahun 2024 UMKM meningkat pesat menjadi 25.833. Jumlah UMKM tersebut terdiri dari berbagai bidang usaha dan terbagi menjadi 2 kelompok UMKM yaitu 20 paguyuban mandiri dan 26 kelompok UMKM di masing-masing kecamatan (Badan Pusat Statistik Kota Kediri). Pemerintah daerah memberikan perhatian yang sangat tinggi kepada pelaku usaha UMKM. Sehingga untuk terus menjaga keberlangsungan usaha tersebut, Tim Pengabdian Masyarakat ingin berkontribusi dengan memberikan sosialisasi dan pendampingan yang terkait dengan kewajiban pelaku usaha, perlindungan konsumen dan pentingnya sertifikasi halal pada produk UMKM.

Guna menginformasikan kepada masyarakat bahwa produk yang dijual telah halal, pemerintah telah mengatur regulasi hukum yang berkaitan dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang pangan, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui sistem Elektronik perdagangan, serta Permendag Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan usaha Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik (Zulham:2018).

Regulasi aturan produk halal dalam transaksi perdagangan di era digital marketing telah ada, namun tidak dipungkiri masih belum memasyarakat secara luas, sehingga masyarakat masih bingung untuk mendapatkan produk yang benar-benar terjamin kehalalannya. Hal ini karena tidak sedikit produk-produk yang mencantumkan tanda halal secara ilegal, pengolahan pangan dan non pangan, status kehalalan dari produk-produk yang berada di marketplace menjadi sangat rawan, disebabkan proses pengolahan menjadi sangat kompleks dan melibatkan banyak pihak serta pelaku usaha yang lain (Departemen Agama:2014).

Berdasarkan permasalahan tersebut diatas pihak Universitas Airlangga lewat program Pengabdian Masyarakat ini memberikan pemahaman, penjelasan serta penyuluhan dan pendampingan kepada masyarakat Dusun Setono Pundung Desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri Propinsi Jawa Timur dan diharapkan bisa meneruskan kepada pelaku usaha yang lain selaku produsen dan konsumen selaku pemakai produk sehingga mereka paham terhadap produk yang mereka konsumsi halal ataukah tidak. Untuk produsen dan pelaku usaha sendiri dapat mengetahui cara mendapatkan sertifikasi halal tersebut. Masyarakat Dusun Setono Pandung Desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri Jawa Timur yang paham dan sudah mendapatkan penyuluhan dan pendampingan dapat juga menyebarkan informasi ini serta dapat mendampingi produsen untuk mendapatkan sertifikasi halal.

Gambar 1. Penyampaian Materi oleh Narasumber

Pelaku usaha dan masyarakat dapat menyebarluaskan informasi dan wawasan terkait Sertifikasi Produk Halal ke seluruh masyarakat lainnya agar semakin banyak yang paham tentang pentingnya sertifikasi produk halal dan jaminan produk halal ini. Setelah mengerti dan memahami pentingnya sertifikasi produk halal dan jaminan produk halal, pelaku usaha segera dapat mengajukan sertifikasi produk terhadap kehalalan produk yang diproduksinya. Pelaku usaha yang telah memperoleh sertifikat halal wajib mencantumkan label halal pada kemasan produknya. Pada Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mengatur pedoman dan terselenggaranya sertifikasi dan labelisasi produk halal. Penyelenggaraan Jaminan Produk halal bertujuan:

- a. Memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk; dan
- b. Meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.

Untuk menjalankan Undang-Undang tersebut dibentuk badan Penyelenggara Produk Halal yang disingkat dengan BPJPH yang memiliki kewenangan antara lain (Departemen Agama I: 2013):

- a. Merumuskan dan menetapkan kebijakan Jaminan Produk Halal (JPH);
- b. Menetapkan norma, standar, prosedur, dan kriteria JPH;
- c. Menerbitkan dan mencabut sertifikat halal pada produk luar negeri;
- d. Melakukan registrasi Sertifikasi halal pada produk luar negeri;
- e. Melakukan sosialisasi, edukasi, dan publikasi produk halal;
- f. Melakukan akreditasi terhadap LPH;
- g. Melakukan registrasi auditor halal;
- h. Melakukan pengawasan terhadap JPH;
- i. Melakukan pembinaan auditor halal;
- j. Melakukan kerjasama dengan lembaga dalam dan luar negeri di bidang penyelenggaraan JPH.

Dalam melaksanakan wewenang tersebut BPJPH bekerjasama dengan kementerian dan/atau lembaga terkait, yaitu MUI dan lembaga Pemeriksa (Departemen Agama II:2013). Untuk itu solusi yang dapat diberikan adalah dengan memberikan penyuluhan dan pendampingan kepada pelaku usaha untuk mendaftarkan produknya dan mendapatkan sertifikasi halal. Untuk luaran dari kegiatan ini adalah video kegiatan yang akan di upload pada Youtube. Dengan demikian sosialisasi ini nantinya juga dapat di share kepada seluruh pelaku usaha disekitar tempat Pengmas dilaksanakan, sehingga kebermanfaatannya terus menyebar ke berbagai daerah.

V. KESIMPULAN

Kehadiran pelaku usaha UMKM yang ada di dusun Setono Pundung tidak diiringi dengan cukupnya pengetahuan ataupun kewajiban pelaku usaha terhadap para konsumennya. Terlebih lagi pada era digital saat ini, dimana pembeli dan penjual tidak bertemu langsung dan transaksi jual beli *online* yang tidak dapat melihat langsung objek barang yang akan dibeli. Hal ini yang terkadang untuk beberapa konsumen merasa

dirugikan, terutama dalam hal apabila pelaku usaha tidak memberikan informasi yang benar terkait sertifikasi halal pada produknya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan agar para pelaku usaha di dusun Setono Pundung memahami tentang kewajibannya. Salah satu kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang benar dan lengkap tentang produknya kepada konsumen. Sekaligus memberikan pemahaman kepada pelaku usaha untuk mengetahui bagaimana mendaftarkan pelabelan sertifikasi halal untuk produknya. Untuk tahap selanjutnya Tim Pengabdian Masyarakat akan mengumpulkan data terkait pelaku usaha yang belum memiliki sertifikasi halal. Sehingga Tim Pengabdian Masyarakat dapat melakukan pendampingan secara langsung kepada para pelaku usaha UMKM di dusun Setono Pundung.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama, Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia. (2013). Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, Jakarta.
- Departemen Agama, Pedoman Strategi kampanye Sosial Produk Halal. (2013). Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, Jakarta.
- Departemen Agama, Pedoman Labelisasi Halal. (2014). Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan penyelenggaraan Haji, Jakarta.
- Gunawan, S., Juwari, J., Aparamarta, H.W., Darmawan, R., Rakhmawati, N.A. (2021). Pendampingan Berkelanjutan Sistem Jaminan Halal Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Sewagati*. (5)1:8-14.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Growth :Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*.1(2) 158- 172.
- M. Sadar, Moh Taufik Makaroi, Habloel Mawardi. (2012). Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, akademia, Cet.I, Jakarta.
- Mahmud Marzuki, Peter. (2005). Penelitian Hukum, Kencana, Jakarta.
- Ma'ruf Amin. (2013). Fatwa Halal Melindungi Umat dari Kerugian yang Lebih Besar. *Jurnal Halal*. 103
- Mertokusumo, Sudikno. (1999). Mengenal Hukum, Liberty, Jogjakarta.
- Rusdin, A dan Irham, R. (2022). Pemenuhan Hak-Hak Konsumen dalam Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Kota Ternate. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Fakultas Hukum Unkhair(JANUR)*. 1(1):32-38.
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia. *Bilancia*. (11)1:33- 64.
- Thufail. (2023). Penyuluhan Hukum Tentang Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*. 3(4):1411-1418.
- Thobieb al-Asyhar. (2003). Bahaya Makanan Haram Bagi Kesehatan Jasmani dan Kesucian Rohani, Al-Mawardi Prima, Cet.1, Jakarta.
- Zulham. (2018). Hukum Perlindungan Konsumen, Kencana, Cet II, Jakarta.
- Zahid, Ahmad F, Ian A H, Muhammad Yasin, dan Bamabng Sukoco. (2024). Perlindungan Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Industri Rumah Tangga D'Baha Simo Boyolali. *Community Development Journal*.5(1):2290-2296.