

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, sebanyak 87,2% dari total penduduk Indonesia menganut agama Islam.¹ Kondisi ini menjadikan aspek kehalalan produk menjadi isu penting dan fundamental dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Bagi umat Islam, kehalalan bukan hanya persoalan preferensi konsumsi, melainkan bagian dari pelaksanaan ajaran agama yang harus dipatuhi.

Makanan yang halal merupakan wujud ketaatan terhadap perintah Allah Swt, sebagaimana tertulis dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi: "Wahai sekalian manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; sesungguhnya setan itu musuh yang nyata bagimu".² Dengan demikian, kehalalan suatu produk memiliki aspek hukum dan nilai spiritual yang saling berkaitan. Kehalalan tidak hanya ditentukan dari bahan yang digunakan, tetapi juga mencakup proses produksi, distribusi, hingga penyajiannya. Oleh karena itu, negara memiliki kewajiban melalui regulasi yang berlaku untuk memberikan kepastian hukum dan melindungi masyarakat dari produk yang tidak jelas status kehalalannya atau berpotensi menyesatkan.

Dalam konteks hukum nasional, hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Pasal 4 UU tersebut menyebutkan bahwa setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.³ Selanjutnya, ketentuan ini diperkuat dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 6 Tahun

¹ Badan Pusat Statistik, Penduduk Indonesia Menurut Agama yang Dianut Tahun 2023, www.bps.go.id

² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2015), QS. Al-Baqarah [2]: 168.

³ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 4.

2023 tentang Cipta Kerja.⁴ Undang-undang ini melakukan pembaruan terhadap sejumlah ketentuan dalam UU JPH guna memberikan kemudahan dan kepastian hukum bagi pelaku usaha dalam memperoleh sertifikasi halal. Perubahan tersebut diatur dalam Pasal 48 angka 19 dan angka 20 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023, yang masing-masing mengubah Pasal 33 ayat (5) dan menambahkan Pasal 33A ayat (1) dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Pembaruan norma tersebut menegaskan penyederhanaan mekanisme sertifikasi halal serta memperkuat peran BPJPH dalam penerbitan sertifikat halal, sehingga sejalan dengan tujuan reformasi regulasi dan kemudahan berusaha.

Namun demikian, perkembangan industri kuliner di Indonesia saat ini menunjukkan fenomena yang menarik sekaligus problematik. Banyak pelaku usaha yang berupaya berinovasi dalam menciptakan produk makanan dengan tampilan yang unik dan menarik perhatian konsumen. Salah satu bentuk inovasi yang kini marak adalah munculnya produk halal yang menyerupai produk non halal, baik dari segi bentuk, kemasan, maupun nama. Salah satu kasus yang cukup menonjol adalah produk bakery halal yang menyerupai produk non halal merek *White Rabbit*.

White Rabbit sendiri dikenal sebagai merek permen susu asal Tiongkok yang sempat menjadi kontroversial karena dihubungkan dengan isu penggunaan gelatin dari babi.⁵ Popularitas merek ini kemudian menginspirasi beberapa pelaku usaha lokal untuk menciptakan produk bakery dengan nama dan desain serupa, namun diklaim menggunakan bahan-bahan halal. Meski secara bahan produk bakery tersebut dinyatakan halal, penggunaan nama dan kemasan yang menyerupai produk non halal menimbulkan kebingungan di masyarakat, khususnya di kalangan konsumen muslim yang sangat berhati-hati terhadap status kehalalan suatu produk.⁶

⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang.

⁵ CNN Indonesia, "Heboh Permen White Rabbit, Kandungannya Diduga Non Halal", 2020.

⁶ Observasi penulis terhadap konten promosi bakery bertema White Rabbit di media sosial TikTok dan Instagram, 2024.

Fenomena tersebut menimbulkan persoalan hukum terkait kepastian hukum dan perlindungan konsumen. Dari aspek kepastian hukum, permasalahan muncul mengenai sejauh mana regulasi jaminan produk halal mampu mengatur produk halal yang memiliki kemiripan visual dengan produk nonhalal, termasuk aspek peniruan identitas produk. Sementara dari sisi perlindungan konsumen, praktik tersebut berpotensi menimbulkan kebingungan dan kesalahan persepsi terhadap asal maupun karakteristik produk.⁷

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha secara hukum wajib menjamin terpenuhinya hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang yang diperdagangkan.⁸ Dalam konteks produk halal, penggunaan nama, logo, kemasan, atau identitas visual yang menyerupai produk nonhalal berpotensi menimbulkan kesalahan persepsi dan informasi yang menyesatkan bagi konsumen, khususnya konsumen Muslim. Tindakan tersebut dapat bertentangan dengan hak konsumen atas informasi yang benar sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c UUPK serta melanggar kewajiban pelaku usaha dalam Pasal 7 huruf b UUPK untuk memberikan informasi yang jelas dan jujur mengenai produknya. Selain itu, praktik tersebut dapat dikategorikan sebagai perbuatan yang dilarang berdasarkan Pasal 8 UUPK apabila menyebabkan konsumen keliru terhadap karakteristik produk. Oleh karena itu, pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban hukum apabila tindakan tersebut menimbulkan kerugian bagi konsumen..

Dari perspektif hukum ekonomi syariah, fenomena ini juga menimbulkan pertanyaan etis. Islam menekankan prinsip kejujuran (ṣidq) dan keadilan (‘adl) dalam setiap aktivitas muamalah. Rasulullah SAW bersabda: “Barang siapa menipu kami, maka ia bukan termasuk golongan kami.” (HR. Muslim).⁹ Berdasarkan hadis ini, segala bentuk praktik bisnis yang

⁷ M. Syaifuddin, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2019), hlm. 112.

⁸ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁹ HR. Muslim, *Shahih Muslim*, Kitab Al-Iman, No. 101.

menimbulkan kesan menipu, ambigu, atau menyerupai hal yang haram termasuk dalam kategori perbuatan yang tercela. Oleh karena itu, meskipun bahan produk halal, namun jika secara tampilan menimbulkan persepsi bahwa produk tersebut non halal, maka secara etika syariah hal itu dapat dianggap tidak sesuai dengan prinsip kehalalan yang kaffah.

Selain itu, dalam teori hukum Islam, terdapat kaidah “sadd al-dzari‘ah”, yaitu prinsip menutup jalan menuju perbuatan yang dilarang. Praktik menyerupai produk non halal dapat dikategorikan sebagai perbuatan yang membuka jalan menuju keraguan (syubhat) dan penyesatan konsumen. Imam Al-Ghazali menjelaskan bahwa segala hal yang menimbulkan syubhat sebaiknya dihindari, sebab dapat mengurangi nilai keberkahan dalam muamalah.¹⁰ Dengan demikian, hukum ekonomi syariah tidak hanya menilai kehalalan dari aspek materiil, tetapi juga dari niat dan dampak sosialnya terhadap masyarakat.

Di sisi lain, hukum positif Indonesia belum secara tegas mengatur larangan penggunaan nama atau bentuk yang menyerupai produk non halal, selama tidak melanggar hak kekayaan intelektual (HAKI) atau terbukti menyesatkan konsumen. Kekosongan hukum inilah yang menimbulkan ketidakpastian hukum terhadap fenomena ini. Produk bakery yang menyerupai merek non halal mungkin secara formal tidak melanggar undang-undang, tetapi secara moral dan etika dapat menimbulkan keresahan di masyarakat.¹¹ Oleh karena itu, diperlukan kajian hukum yang lebih mendalam untuk menilai sejauh mana kepastian hukum dapat melindungi masyarakat dari praktik semacam ini.

Dalam praktik bisnis modern, fenomena peniruan (imitasi) produk kerap dianggap strategi pemasaran yang sah selama tidak melanggar hak merek. Namun, dalam konteks produk halal, aspek spiritual dan moral menjadi bagian yang tidak terpisahkan. Halal bukan hanya sekadar label administratif, tetapi juga jaminan kepercayaan dan integritas produsen terhadap konsumen

¹⁰ Al-Ghazali, *Ihya' Ulumuddin*, (Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1995), Jilid II, hlm. 120.

¹¹ Rahmatullah, *Aspek Hukum Jaminan Produk Halal di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2020), hlm. 87..”

muslim. Ketika label halal digunakan pada produk yang menyerupai produk non halal, maka nilai-nilai spiritual yang terkandung dalam konsep halal menjadi terdistorsi.¹²

Dari perspektif hukum ekonomi syariah, bisnis yang dijalankan harus memenuhi tiga prinsip utama, yaitu: (1) tidak mengandung unsur penipuan (gharar), (2) tidak menyerupai perbuatan haram (tasyabbuh), dan (3) bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan (maslahah) bagi masyarakat.¹³ Jika suatu produk halal justru menimbulkan kebingungan atau kecurigaan, maka tujuan masalah tidak tercapai. Dalam hal ini, kepastian hukum harus mampu menjamin bahwa produk halal bukan hanya halal secara substansi, tetapi juga membawa rasa aman dan keyakinan bagi masyarakat.

Masalah ini semakin relevan di era digital, di mana media sosial dan platform daring menjadi sarana utama pemasaran produk. Produk bakery halal yang menyerupai merek *White Rabbit*, misalnya, banyak dipromosikan melalui TikTok dan Instagram dengan menonjolkan kemiripan visual dengan produk aslinya. Strategi pemasaran semacam ini memang efektif untuk menarik perhatian konsumen, namun sekaligus berpotensi menimbulkan kekeliruan dalam persepsi publik mengenai status kehalalan produk tersebut.¹⁴

Penulis menilai bahwa permasalahan ini penting untuk dikaji karena menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara regulasi hukum positif dengan prinsip hukum ekonomi syariah. Regulasi positif cenderung fokus pada aspek administratif sertifikasi halal, sedangkan hukum syariah menekankan nilai moral, etika, dan niat dalam praktik bisnis. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang mengintegrasikan kedua pendekatan tersebut agar kepastian hukum terhadap produk halal benar-benar mencerminkan keadilan dan kemaslahatan bagi masyarakat muslim Indonesia.

¹² Yusuf al-Qaradawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2011), hlm. 37.

¹³ Wahbah al-Zuhaili, *Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, Jilid 4, (Damaskus: Dar al-Fikr, 2005), hlm. 689.

¹⁴ Analisis Media Sosial TikTok dan Instagram pada akun "White Rabbit Bakery Halal", 2024.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa fenomena produk bakery halal yang menyerupai produk non halal merek White Rabbit menimbulkan persoalan yang kompleks, meliputi aspek kepastian hukum, perlindungan konsumen, dan etika bisnis syariah. Di satu sisi, pelaku usaha memiliki hak untuk berinovasi dan berkreasi dalam menciptakan produk, namun di sisi lain, inovasi tersebut tidak boleh mengaburkan kejelasan status halal produk. Oleh sebab itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana kepastian hukum seharusnya diterapkan dalam konteks produk halal yang menyerupai produk non halal di Indonesia.

Penulis tertarik mengangkat judul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Kepastian Produk Halal Di Hubungkan Dengan Undang-Undang No 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (Studi Kasus Produk *White Rabbit*)” karena permasalahan ini bukan hanya relevan secara hukum, tetapi juga menyentuh aspek moral dan sosial masyarakat muslim. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkuat sistem jaminan produk halal di Indonesia, menambah literatur dalam bidang hukum ekonomi syariah, serta memberikan rekomendasi bagi pembuat kebijakan agar kepastian hukum di bidang produk halal dapat terlaksana secara menyeluruh dan tidak hanya bersifat administratif. Penelitian ini juga diharapkan dapat mendorong masyarakat Muslim untuk lebih selektif dan sadar apa yang di konsumsinya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai masalah tersebut guna memberikan kontribusi ilmiah sekaligus edukasi terhadap masyarakat Muslim dalam bermuamalah secara syar'i. Maka dari itu, penulis menuangkannya dalam sebuah penelitian yang berjudul **"Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Kepastian Produk Halal Di Hubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (Studi Kasus Produk *White Rabbit*)"**.

B. Rumusan Masalah

Terdapat kesenjangan antara adanya produk bakery halal yang dibuat menyerupai produk nonhalal merek *White Rabbit* dengan kebutuhan konsumen akan kepastian informasi dan perlindungan hukum. Kemiripan identitas produk berpotensi menimbulkan kesalahpahaman konsumen mengenai produk yang dibeli, sementara ketentuan mengenai jaminan produk halal dan perlindungan konsumen menuntut adanya informasi yang benar, jelas, dan jujur. Oleh karena itu, perlu dikaji lebih lanjut mengenai praktik peniruan tersebut, kepastian hukumnya berdasarkan peraturan perundang-undangan, serta tinjauannya dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan oleh peneliti dalam latar belakang di atas, diperlukan perumusan masalah yang lebih terfokus guna memperjelas arah kajian serta mempersempit lingkup pembahasan. Hal ini bertujuan agar isi pembahasan tidak menyimpang dari tujuan utama penelitian. Oleh karena itu, penulis menetapkan beberapa pokok permasalahan yang akan menjadi fokus utama dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana praktik peniruan produk bakery halal yang menyerupai produk non halal merek *White Rabbit* di Indonesia?
2. Bagaimana kepastian hukum terhadap produk bakery halal yang menyerupai produk non halal merek *White Rabbit* ditinjau dari peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia?
3. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik peniruan produk bakery halal yang menyerupai produk non halal merek *White Rabbit*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis praktik peniruan produk bakery halal yang menyerupai produk non halal merek *White Rabbit* di Indonesia.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis kepastian hukum terhadap produk bakery halal yang menyerupai produk non halal merek *White Rabbit* berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik peniruan produk bakery halal yang menyerupai produk non halal merek *White Rabbit*.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. Kajian mengenai Perlindungan Hukum bagi konsumen terhadap kepastian produk halal yang menyerupai produk non halal masih jarang dibahas, padahal penting untuk memahami penerapan prinsip-prinsip hukum Islam dalam praktik perdagangan modern. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memperluas wawasan akademik tentang hubungan antara hukum positif dan nilai-nilai syariah, seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*‘adl*), dan larangan penipuan (*gharar*), sehingga memperkaya literatur ilmiah di bidang hukum ekonomi syariah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemerintah dan lembaga terkait seperti BPJPH dan LPKN dalam memperkuat pengawasan terhadap produk halal di pasaran. Bagi pelaku usaha, penelitian ini memberikan pemahaman mengenai pentingnya menjaga keaslian identitas produk serta menerapkan prinsip etika bisnis Islam agar terhindar dari praktik peniruan yang menimbulkan keraguan bagi konsumen. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat

meningkatkan kesadaran hukum dan kehati-hatian dalam memilih produk halal. Sedangkan bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi ilmiah dalam mengkaji isu-isu hukum terkait jaminan produk halal dan perlindungan konsumen muslim di masa.

E. Penelitian Terdahulu

Kajian-kajian ilmiah mengenai jaminan produk halal, kepastian hukum, serta perlindungan konsumen muslim telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan memberikan landasan akademik yang penting bagi penelitian ini. Salah satu penelitian yang relevan adalah karya Ralang Hartati (2020) yang membahas peran negara dalam pelaksanaan Jaminan Produk Halal sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014. Penelitian tersebut menguraikan bahwa sebelum UU JPH berlaku secara efektif, tidak terdapat sanksi tegas bagi pelaku usaha yang tidak mengajukan sertifikasi halal. Akibatnya, timbul kondisi ketidakpastian hukum yang merugikan konsumen muslim. Ralang menekankan perlunya peran aktif pemerintah melalui pembentukan BPJPH, Lembaga Pemeriksa Halal, serta penerapan mekanisme sertifikasi yang jelas agar konsumen mendapatkan perlindungan terhadap status kehalalan suatu produk. Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan terletak pada penekanan terhadap aspek kepastian hukum dalam menjamin produk halal. Namun, penelitian Ralang tidak menyentuh fenomena peniruan visual atau unsur kemiripan antara produk halal dan produk non halal, sebagaimana yang menjadi fokus penelitian terhadap produk bakery White Rabbit.

Penelitian lain yang memberikan kontribusi penting adalah penelitian oleh Desi Indah Sari (2018) yang mengulas perlindungan hukum terhadap label halal produk pangan berdasarkan UU Hak Cipta, UU Merek dan Indikasi Geografis, serta UU Jaminan Produk Halal. Penelitian ini menegaskan bahwa label halal tidak hanya memiliki dimensi keagamaan, tetapi juga merupakan bagian dari objek Hak Kekayaan Intelektual. Dengan

demikian, label halal harus diberikan, dijaga integritasnya, serta dilindungi dari pemalsuan untuk memberikan kepastian hukum kepada konsumen. Desi juga menunjukkan bagaimana labelisasi halal menjadi unsur utama bagi konsumen muslim untuk menghindari kekeliruan dalam mengonsumsi produk yang berpotensi syubhat. Keterkaitan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada aspek perlindungan konsumen dan kepastian hukum. Namun, fokus penelitian Desi berada pada label halal sebagai bagian dari HKI, sementara penelitian terhadap White Rabbit bakery lebih menitikberatkan pada fenomena penyerupaan produk halal terhadap produk non halal dan dampaknya terhadap persepsi kehalalan di masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh KN. Sofyan Hasan (2014) membahas kepastian hukum sertifikasi dan labelisasi halal terhadap produk pangan. Sofyan menemukan bahwa sebelum adanya integrasi regulasi yang komprehensif, regulasi halal di Indonesia bersifat sektoral, tumpang tindih, dan tidak konsisten. Akibatnya, sertifikasi halal bersifat sukarela dan tidak mampu memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa ketidakpastian hukum terkait prosedur sertifikasi dan labelisasi halal dapat mendorong konsumen berada dalam kondisi ragu terhadap status kehalalan suatu produk. Penelitian Sofyan memberikan landasan penting yang menunjukkan bahwa ketidakpastian hukum merupakan isu struktural yang dapat berdampak pada kenyamanan batin konsumen. Meskipun demikian, penelitian ini tidak membahas secara spesifik permasalahan peniruan ciri visual produk halal terhadap produk non halal yang dapat menimbulkan kesesatan persepsi konsumen sebagaimana terjadi pada produk bakery White Rabbit.

Penelitian oleh Mirsa Astuti (2020) juga memberikan perspektif yang bermanfaat dalam memahami dinamika perkembangan industri halal. Melalui analisis normatif, Mirsa menjelaskan bahwa perkembangan gaya hidup halal (halal lifestyle) di Indonesia dan dunia menyebabkan perlunya negara menyediakan perangkat hukum yang kuat untuk memberikan

kepastian kehalalan suatu produk. Penelitian ini menyoroti bagaimana produk halal saat ini tidak lagi hanya berbicara mengenai substansi kehalalan, tetapi juga cara produk tersebut dipromosikan, dikemas, serta dihadirkan kepada publik. Hal ini berkaitan erat dengan fenomena yang menjadi fokus penelitian ini, yakni produk bakery halal yang dipasarkan dengan tampilan menyerupai produk non halal. Mirsa menekankan bahwa gaya hidup halal menuntut transparansi dan kejelasan informasi bagi konsumen, sehingga produk yang berpotensi menimbulkan syubhat perlu diatur secara lebih ketat. Walaupun demikian, penelitian Mirsa fokus pada perkembangan industri halal dan bukan pada isu penyerupaan produk.

Penelitian lain yang turut memberi kontribusi konseptual adalah tulisan May Lim Charity (2017) mengenai jaminan produk halal di Indonesia. Charity menegaskan bahwa keberadaan regulasi halal menjadi sangat penting mengingat perkembangan industri pangan modern yang sering kali memanfaatkan teknologi dan bahan-bahan yang tidak sepenuhnya dipahami oleh konsumen. Ia menguraikan bagaimana UU JPH mempertegas kewajiban negara untuk hadir memberikan perlindungan melalui jaminan produk halal yang jelas, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan. Penelitian Charity relevan karena penelitian ini juga menekankan pentingnya informasi yang benar dan tidak menyesatkan bagi konsumen muslim. Namun, penelitian tersebut tidak menyinggung isu peniruan bentuk atau kemasan produk halal terhadap produk non halal, yang dalam konteks penelitian ini menjadi isu utama karena dapat menimbulkan keraguan, kesalahan persepsi, hingga kekhawatiran syubhat bagi konsumen.

Dari keseluruhan penelitian terdahulu tersebut, tampak bahwa kajian mengenai jaminan produk halal, kepastian hukum, perlindungan konsumen, serta labelisasi halal telah dilakukan secara luas oleh berbagai peneliti. Namun, belum ditemukan penelitian yang secara khusus menyoroti isu penyerupaan produk halal terhadap produk non halal dalam perspektif kepastian hukum dan perlindungan konsumen, khususnya dalam konteks produk bakery White Rabbit. Dengan demikian, penelitian ini memiliki

posisi yang penting dan berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini menawarkan kontribusi baru berupa analisis mengenai bagaimana fenomena produk bakery halal yang menyerupai produk non halal dapat memengaruhi kepastian hukum, menimbulkan syubhat, serta berpotensi melanggar prinsip perlindungan konsumen dalam hukum ekonomi syariah maupun peraturan perundang-undangan tentang produk halal.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Inti Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	KN. Sofyan Hasan (2014)	Kepastian Hukum Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan	Mengulas ketidakkonsistenan regulasi halal yang menyebabkan ketidakpastian hukum mengenai proses sertifikasi dan labelisasi halal.	Sama-sama fokus pada permasalahan kepastian hukum dalam produk pangan halal.	Tidak membahas peniruan bentuk/kemasan produk halal terhadap produk non halal seperti yang terjadi pada produk bakery White Rabbit.
2	May Lim Charity (2017)	Jaminan Produk Halal di Indonesia	Menjelaskan pentingnya jaminan produk halal dalam regulasi nasional serta kebutuhan informasi halal yang akurat bagi konsumen muslim.	Sama-sama terkait dengan perlindungan konsumen dan kejelasan status kehalalan produk.	Tidak menyinggung tentang praktik peniruan produk halal terhadap produk non halal, serta tidak meneliti kasus khusus seperti bakery White Rabbit.
3	Desi Indah Sari (2018)	Perlindungan Hukum terhadap Label Halal Produk Pangan	Mengkaji label halal sebagai elemen penting perlindungan konsumen dan objek HKI. Menjelaskan	Sama-sama membahas perlindungan konsumen dan pentingnya informasi halal yang jelas..	Fokus penelitian pada label halal sebagai HKI, bukan fenomena penyerupaan produk atau kesesatan persepsi

			bagaimana label halal memberi kepastian kepada konsumen terkait kehalalan produk.		konsumen akibat kemiripan visual.
4	Mirsa Astuti (2020)	Pengembangan Produk Halal dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal	Menyoroti perkembangan industri halal dan pentingnya perangkat hukum yang kuat untuk mendukung gaya hidup halal masyarakat.	Sama-sama menyoroti kebutuhan konsumen akan transparansi dan jaminan halal yang jelas.	Fokus pada industri halal dan halal lifestyle, bukan pada penyerupaan produk yang dapat menimbulkan syubhat pada konsumen.
5	Ralang Hartati (2020)	Peran Negara dalam pelaksanaan jaminan produk halal	Meneliti peran negara dalam penerapan UU No. 33 Tahun 2014, terutama mengenai pelaksanaan sertifikasi halal yang belum optimal sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum bagi konsumen.	Sama-sama membahas kepastian hukum produk halal dan perlindungan konsumen muslim.	Tidak meneliti fenomena penyerupaan produk halal dengan produk non halal, sedangkan penelitian saya fokus pada bakery White Rabbit yang menyerupai produk non halal

F. Kerangka Berfikir

Perlindungan hukum konsumen merupakan landasan utama dalam penelitian ini karena setiap konsumen memiliki hak untuk memperoleh keamanan, kenyamanan, keselamatan, serta informasi yang benar dan jelas mengenai barang dan/atau jasa yang dikonsumsi. Dalam konteks produk halal, perlindungan tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek keamanan pangan, tetapi juga menyangkut kepastian hukum terhadap status kehalalan

produk sebagai bentuk penghormatan terhadap hak konstitusional konsumen Muslim dalam menjalankan ajaran agamanya. Oleh karena itu, negara berkewajiban menghadirkan instrumen hukum yang mampu menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen melalui pengaturan mengenai informasi produk, sertifikasi halal, serta pengawasan terhadap produk yang beredar di masyarakat.¹⁵

Perkembangan industri pangan mendorong pelaku usaha untuk menciptakan berbagai inovasi produk, termasuk produk bakery halal yang memiliki karakteristik tertentu agar mudah dikenal oleh konsumen. Dalam praktiknya, terdapat produk bakery halal yang menggunakan nama, kemasan, warna, maupun identitas visual yang menyerupai produk non-halal merek *White Rabbit*. Kemiripan tersebut menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji karena berkaitan dengan penyampaian informasi produk kepada konsumen serta berpotensi memengaruhi persepsi masyarakat terhadap identitas dan status produk yang dipasarkan.

Fenomena tersebut menjadi fokus dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah penggunaan identitas yang menyerupai produk non-halal telah sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku, khususnya mengenai jaminan produk halal dan perlindungan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis produk bakery halal yang menyerupai *White Rabbit* berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah sebagai dasar dalam menilai kepastian hukum terhadap produk tersebut.

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal merupakan landasan hukum yang mengatur penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia¹⁶. Undang-undang ini bertujuan memberikan

¹⁵ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar* (Jakarta: Diadit Media, 2014).

¹⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

kepastian hukum mengenai kehalalan produk yang beredar, sehingga konsumen, khususnya konsumen Muslim, memperoleh jaminan bahwa produk yang dikonsumsi telah memenuhi ketentuan syariat Islam. Selain itu, keberadaan Undang-Undang Jaminan Produk Halal juga memberikan kepastian bagi pelaku usaha dalam menjalankan kewajibannya untuk memenuhi standar kehalalan produk sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Dalam penelitian ini, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 digunakan sebagai dasar untuk menganalisis kepastian hukum terhadap produk bakery halal yang beredar di Indonesia. Analisis tersebut difokuskan pada kesesuaian penerapan ketentuan mengenai jaminan produk halal dengan praktik yang terjadi, sehingga dapat diketahui sejauh mana undang-undang tersebut mampu memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan dasar hukum yang mengatur hubungan antara pelaku usaha dan konsumen melalui pengakuan terhadap hak dan kewajiban masing-masing pihak.¹⁷ Salah satu hak konsumen yang dijamin dalam undang-undang ini adalah hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Perlindungan tersebut bertujuan menciptakan kepastian hukum sekaligus mencegah timbulnya kerugian yang dapat dialami konsumen dalam kegiatan perdagangan.

Dalam penelitian ini, Undang-Undang Perlindungan Konsumen dijadikan sebagai dasar analisis untuk menilai apakah hak-hak konsumen telah terpenuhi dalam memperoleh informasi mengenai produk yang beredar. Analisis dilakukan dengan menghubungkan ketentuan perlindungan konsumen dengan kepastian produk halal, sehingga dapat diketahui apakah perlindungan hukum yang diberikan telah sesuai dengan tujuan pembentukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

¹⁷ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Hukum Ekonomi Syariah merupakan sistem hukum yang mengatur aktivitas ekonomi berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam, dengan menekankan nilai keadilan, kejujuran, kemaslahatan, dan tanggung jawab dalam setiap kegiatan muamalah. Dalam kegiatan perdagangan, prinsip-prinsip tersebut menghendaki agar setiap produk yang dipasarkan memberikan kejelasan mengenai sifat, asal-usul, dan status kehalalannya sehingga tidak menimbulkan keraguan bagi masyarakat sebagai konsumen.

Akad atau perjanjian ekonomi dalam fikih muamalah dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama, yaitu akad tijari dan akad tabarru'.¹⁸ Akad tijari merupakan akad yang bertujuan memperoleh keuntungan dan lazim digunakan dalam transaksi jual beli produk konsumsi, termasuk produk pangan dan makanan ringan yang beredar di masyarakat. Dalam akad tijari, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa objek jual beli memenuhi syarat syariah, yaitu halal, thayyib, dan memberikan manfaat bagi konsumen. Apabila produk yang diperdagangkan mengandung unsur yang meragukan kehalalannya atau tidak memberikan informasi yang jelas, maka akad tersebut berpotensi menimbulkan gharar dan merugikan konsumen Muslim.

Dalil mengenai keharusan mengonsumsi yang halal berakar kuat dalam Al-Qur'an sebagai sumber hukum pertama dalam Islam. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 168 :

﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُبِينٌ﴾

Ayat ini menegaskan bahwa perintah konsumsi halal mencakup seluruh manusia, dengan menekankan dua aspek penting: *halāl* (dibolehkan secara hukum) dan *ṭayyib* (baik, bersih, dan bermanfaat). Menurut Ibn Katsir, ayat ini menunjukkan bahwa segala sesuatu pada dasarnya halal kecuali ada dalil yang mengharamkannya, sehingga prinsip kehalalan merupakan bagian fundamental dari aturan konsumsi. Dalam konteks

¹⁸ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 3–5

muamalah kontemporer, ayat ini menjadi dasar bahwa setiap produk yang beredar dan dikonsumsi harus jelas status kehalalannya, bebas dari zat haram, serta tidak menimbulkan syubhat. Dengan demikian, kerangka berfikir mengenai produk halal dibangun dari keyakinan bahwa konsumsi halal adalah bentuk ketaatan kepada Allah dan bagian dari upaya menjaga kemurnian akhlak serta kesehatan jasmani.

Selain QS. Al-Baqarah, Al-Qur'an juga mempertegas prinsip ini dalam QS. Al-Mā'idah ayat 88:

﴿وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ مُؤْمِنُونَ بِهِ﴾¹⁹

Ayat ini menghubungkan antara konsumsi halal dan ketakwaan, menunjukkan bahwa kehalalan makanan berkaitan langsung dengan kualitas spiritual seorang Muslim. Para ulama seperti al-Qurthubi menafsirkan bahwa Allah memerintahkan hamba-Nya untuk menjaga kehalalan makanannya karena hal itu mempengaruhi kemurnian ibadah, akhlak, dan diterimanya amal perbuatan.²⁰ Oleh sebab itu, kehalalan bukan hanya ditentukan oleh bahan baku, tetapi juga oleh proses produksi, distribusi, hingga representasi produk yang tidak menimbulkan keraguan. Dalam kerangka berfikir ini, dalil Al-Qur'an memberikan fondasi bahwa kejelasan kehalalan merupakan bagian dari perlindungan syariat terhadap umat.

Hadis Nabi SAW menjadi penguat yang tidak dapat dipisahkan dari konsep kehalalan dalam Al-Qur'an. Hadis riwayat Bukhari dan Muslim menyebutkan :

إِنَّ الْحَلَالَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ، وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعَرْضِهِ²¹

Hadis ini memberikan prinsip kehati-hatian (iḥtiyāt) bagi setiap Muslim, yaitu bahwa apa yang halal jelas, apa yang haram jelas, dan apa

¹⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 2005, hlm. 131.

²⁰ Al-Qurthubi, *Al-Jami' li Ahkam al-Qur'an*, Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2006, hlm. 412.

²¹ HR. Bukhari No. 52 dan Muslim No. 1599.

yang meragukan wajib di jauhi. Imam Nawawi menjelaskan bahwa hadis ini menjadi dasar bahwa seorang Muslim tidak cukup hanya mengetahui status bahan, tetapi harus memastikan bahwa segala aspek produk tidak mengandung syubhat, baik dari sisi zat, proses, maupun simbol dan identitas yang melekat kepadanya.²² Dengan demikian, hadis ini memperkuat kerangka berfikir bahwa dalil halal dalam Islam menghendaki konsumsi yang bebas dari ketidakjelasan, karena kehalalan berhubungan langsung dengan kesucian ibadah serta keselamatan dunia akhirat.

Jual beli dalam Islam merupakan akad pertukaran harta dengan harta yang dilakukan atas dasar kerelaan para pihak. Salah satu syarat sah jual beli adalah objek akad harus halal, jelas, dan dapat dimanfaatkan. Produk makanan yang status kehalalannya tidak jelas dapat menyebabkan cacat akad karena bertentangan dengan prinsip kejelasan objek transaksi.²³ Dalam konteks produk *White Rabbit*, munculnya polemik mengenai kandungan bahan tertentu menimbulkan keraguan konsumen terhadap kehalalan produk tersebut. Keraguan ini berdampak pada keabsahan transaksi jual beli menurut hukum Islam dan berpotensi merugikan konsumen. Oleh karena itu, transaksi jual beli harus disertai dengan kepastian hukum terkait kehalalan produk agar memenuhi prinsip syariah dan perlindungan konsumen.²⁴

Dalam HES, pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga diwajibkan memenuhi kepentingan konsumen secara adil dan bertanggung jawab. Prinsip keadilan (al-‘adl) dan kemaslahatan (al-maṣlaḥah) mengharuskan produsen menyediakan produk yang aman, halal, dan tidak menyesatkan. Pelanggaran terhadap kewajiban ini dapat merusak kepercayaan konsumen dan bertentangan dengan nilai-nilai syariah.²⁵ Pemenuhan kepentingan konsumen juga mencakup

²² Imam Nawawi, *Syarh Shahih Muslim*, Beirut: Dar al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 1996, hlm. 159

²³ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, Juz 3, (Beirut: Dar al-Fikr), hlm. 126.

²⁴ Mardani, *Hukum Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenadamedia, 2016), hlm.59

²⁵ M. Umer Chapra, *The Future of Economics: An Islamic Perspective*, (Leicester: The Islamic Foundation, 2000), hlm. 117–119.

kewajiban memberikan informasi yang benar dan transparan mengenai produk. Ketika konsumen tidak memperoleh informasi yang jelas tentang kehalalan produk, maka haknya telah dilanggar. Oleh karena itu, perlindungan konsumen dalam konteks produk halal merupakan bentuk tanggung jawab moral dan hukum pelaku usaha²⁶

Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan penetapan hukum syariah yang memiliki peran sentral dalam sistem Jaminan Produk Halal di Indonesia. Secara normatif, fatwa MUI menjadi dasar penetapan status kehalalan suatu produk sebelum diterbitkannya sertifikat halal oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Hal ini ditegaskan dalam Pasal 33 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang menyatakan bahwa penetapan kehalalan produk dilakukan oleh MUI melalui sidang fatwa halal. Dengan demikian, fatwa halal memiliki kedudukan strategis sebagai instrumen normatif yang menghubungkan prinsip syariah dengan sistem hukum positif dalam memberikan kepastian hukum kepada konsumen.

Kepastian produk halal merupakan jaminan hukum yang memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk yang dikonsumsi telah memenuhi ketentuan syariat Islam dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kepastian tersebut diwujudkan melalui penyelenggaraan sistem jaminan produk halal yang mencakup proses pemeriksaan, penetapan, sertifikasi, serta pencantuman informasi halal pada produk. Dengan adanya kepastian produk halal, konsumen memperoleh informasi yang jelas mengenai status kehalalan suatu produk sehingga dapat menentukan pilihan konsumsi sesuai dengan keyakinan dan kebutuhan masing-masing.

Perlindungan hukum bagi konsumen merupakan tujuan akhir dari penyelenggaraan sistem perlindungan konsumen di Indonesia, yaitu memberikan jaminan atas terpenuhinya hak-hak konsumen dalam

²⁶ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Diadit Media, 2001), hlm. 36–38.