

RESEARCH PAPER

Perlindungan Konsumen Muslim: Jaminan Produk Halal Perspektif Maqasid Syari'ah Jasser Auda

Rendi Yudha Bhaskara¹, **M. Roy Purwanto¹**

¹ Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

 21913011@students.uii.ac.id

 [10.31603/cakrawala.9691](https://doi.org/10.31603/cakrawala.9691)

ABSTRACT

Kata Kunci:
Jaminan Produk Halal; Jasser Auda; Maqasid Syari'ah; Perlindungan Konsumen

This research aims to scrutinize the regulations on guaranteeing halal products as outlined in Law Number 33 of 2014 through the lens of Jasser Auda's Maqasid Sharia. Employing a historical-normative approach in the form of library research, this study reveals that the objectives behind the enactment of Law Number 33 of 2014 align with Jasser Auda's Maqasid Sharia. Additionally, the principles and rights of consumers have expanded, introducing dimensions such as 'freedom of belief' and 'the right to freely practice religious teachings' for consumers in Indonesia.

ABSTRAK

Article Info:
Submitted:
17/07/2023
Revised:
28/11/2023
Published:
28/12/2023

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau regulasi jaminan produk halal pada Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 dengan kaca mata maqasid syari'ah Jasser Auda. Penelitian ini menggunakan pendekatan historis-normatif dalam bentuk penelitian kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuan pengundangan UU Nomor 33 Tahun 2014 telah sesuai dengan maqasid syari'ah Jasser Auda. Lebih lanjut, asas dan hak konsumen mengalami perluasan dimensi, yaitu dengan adanya asas 'kebebasan kepercayaan' dan 'hak untuk bebas menjalankan ajaran agama' bagi konsumen di Indonesia.

PENDAHULUAN

Allah SWT telah memerintahkan kepada setiap umat muslim agar selalu mengutamakan kehalalan dan ketayiban seluruh makanan dan minumannya sesuai yang telah disyariatkan. Hal ini sebagaimana difirmankan dalam surat al-Baqarah ayat 168.

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

“ Hai sekalian manusia, makanlah yang halal dan baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaithan karena sesungguhnya syaithan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

Dalam tafsirnya, [Ibn Kathir \(1999\)](#) menjelaskan layaknya makanan untuk dikonsumsi syarat utamanya harus halal sehingga tidak ada halangan untuk

mengonsumsinya. Tayib yang selalu beriringan dengan kehalalan mempunyai arti bahwa setiap makanan ataupun minuman yang hendak dikonsumsi manusia hendaknya selalu berkualitas baik ditinjau dari segi mana pun, sehingga tujuan dari konsumsi yaitu untuk hidup, menambah energi dan melanjutkan ibadah bisa terwujud, bukan sebaliknya. [Anshori \(2020\)](#) juga mengungkapkan bahwa selain merupakan sebuah kewajiban untuk mengupayakan makanan yang halal dan tayib saat ini sudah menjadi kebutuhan untuk selalu menjaga apa yang masuk dalam tubuh mengingat dampak negatif dari yang ditimbulkan dari makanan dan minuman haram.

Adanya pandemi Covid-19 mengharuskan banyaknya perubahan dalam pola berperilaku masyarakat, salah satunya dalam hal konsumsi ([Rohmah, 2020](#)). Lebih jauh lagi, [Abdullah & Suliyanthini \(2021\)](#) menjelaskan bahwa perubahan pola konsumen mengacu pada 3 faktor utama, yaitu pencarian informasi, penggunaan, dan pembelian produk. Selain itu, [Dzikrayah \(2020\)](#) yang berfokus kepada konsumen muslim tidak menemukan perbedaan signifikan baik sebelum dan sesudah Covid-19 dalam hal pembelanjannya, melainkan menemukan konsumen muslim yang menyesuaikan dengan keadaan pandemi. Hal ini karena kaidah-kaidah pembelanjaan masyarakat muslim sudah diatur sesuai syariat dan tuntunan agama. [Pramezwary et al. \(2021\)](#) dengan teori Alphabet mengemukakan bahwa virus Corona memiliki pengaruh terhadap perilaku masyarakat di era pandemi ini. Selain itu, [Ghapa & Ab Kadir \(2021\)](#) di Malaysia menyimpulkan bahwa pemenuhan terhadap perlindungan konsumen belum maksimal dan menawarkan teori informasi dengan sinergitas instrumen legislatif Negara sebagai solusi untuk pemenuhan perlingkungannya.

Penelitian sebelumnya sudah banyak menyinggung mengenai perlindungan konsumen, baik sebelum dan selama pandemi. Hal inilah yang menyebabkan kajian tentang perlindungan konsumen yang akan melindungi setiap transaksi dan konsumsinya memperoleh urgensinya. Apalagi merebaknya gerakan sadar halal yang terlihat mengalami peningkatan, bukan hanya di Indonesia, melainkan di hampir banyak Negara baik Negara muslim maupun non-muslim seperti Thailand, Korea Selatan, dan Jepang ([Nusran et al., 2021](#)). Penulis melihat perlunya sebuah pembahasan khusus mengenai perlindungan konsumen yang fokusnya adalah pemenuhan perlindungan terhadap konsumen, utamanya pasca pandemi, yang ditinjau dari perspektif *maqasid syari'ah*.

Dalam kaitannya perlindungan kepada konsumen, penulis membatasi penelitian pada industri ritel makanan yang memiliki nilai penjualan tertinggi, yaitu toko I dan toko A. Toko I memiliki total penjualan sebesar \$ 6,2 miliar atau sekitar 94,5 triliun rupiah dan toko A sebesar \$ 5,4 miliar atau sekitar 82,2 triliun rupiah. Selain memiliki nilai pemasukan yang fantastis, kedua toko tersebut juga menjadi toko ritel dengan jumlah outlet terbanyak, yaitu 19,133 outlet untuk toko I dan 16,060 outlet untuk toko A ([Yuningsih, 2020](#)). Melalui 2 toko ini, Penulis akan mengkaji bagaimana implementasi UU JPH ini pada tiap-tiap toko sebagai sebuah upaya pemenuhan perlindungan bagi konsumen muslim di Indonesia.

Pada konteks ini, Penulis melihat belum adanya dampak yang signifikan kepada konsumen muslim sebagai konsumen terbesar di Indonesia. Apalagi telah diundangkan UU No. 33 Tahun 2014 tentang JPH, peraturan pelaksanaan PP No. 31 Tahun 2019, dan PP No. 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang JPH. Maka berpijak dari hal ini, studi ini bertujuan untuk menelaah UU No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal dari perspektif *maqasid syari'ah* Jasser Auda. Hal ini berguna dalam mengkaji sejauh mana kemaslahatan dan perlindungan yang terdapat dalam UU tersebut, kemudian mengkaji bagaimana implementasinya dalam melindungi kepentingan para konsumen muslim Indonesia.

METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan mengombinasikan studi pustaka (*library research*) dan penelitian lapangan (*field research*). Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan historis-normatif untuk analisis UU JPH menggunakan *maqasid syari'ah* Jasser Auda dan pendekatan yuridis-sosiologis untuk melihat bekerjanya hukum di dalam masyarakat (Salim HS & Nurbani, 2013).

Studi Pustaka menggunakan data dan informasi dari UU No. 33 Tahun 2014 tentang JPH dan 2 buku karya dari Jasser Auda (*Membumikan Maqasid Syariah* pendekatan sistem dan *al-Maqasid* untuk Pemula). Kemudian untuk penelitian lapangan, data diperoleh dari observasi produk dan wawancara dengan kepala toko, *merchandiser* dan kasir. Uji keabsahan data pada penelitian perlindungan konsumen muslim serta implementasi UU JPH pada toko ritel ini akan menggunakan teknik triangulasi data (Moleong, 2011). Selanjutnya, analisis data menggunakan analisis isi (*content analysis*) dan model analisis interaktif (Miles & Huberman, 1994).

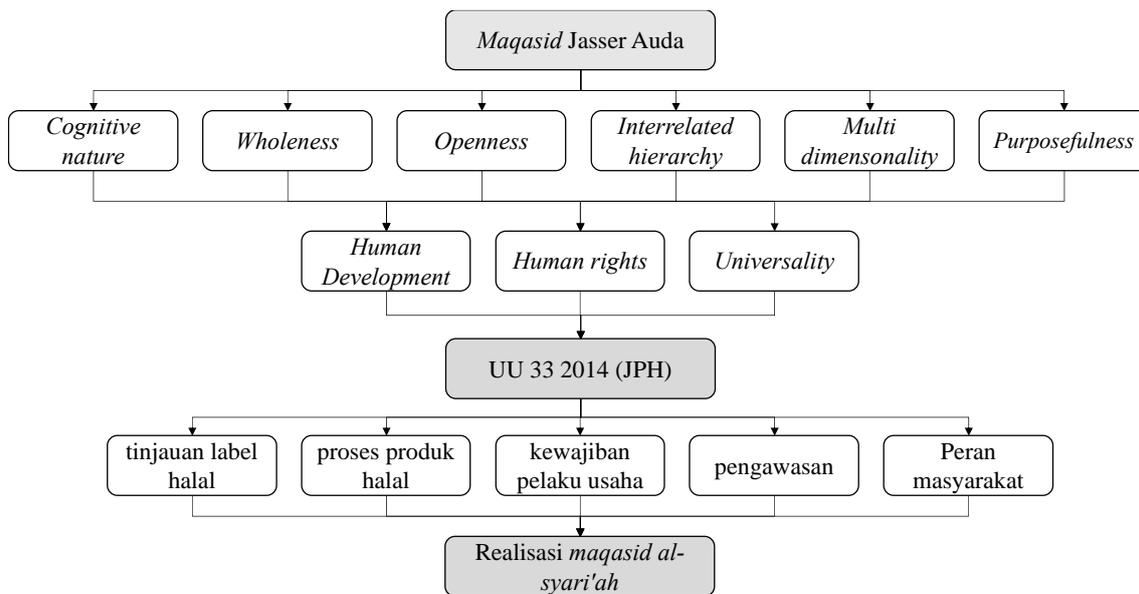
HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis maqasid Jasser Auda terhadap UU JPH

UU Jaminan Produk Halal (JPH) yang mulai berlaku tahun 2014 merupakan payung hukum yang akan menaungi segenap konsumen muslim di Indonesia. Hal ini karena roda konsumsi yang akan terus berjalan perlu untuk terus dipastikan berjalan dengan baik serta diperkuat agar mampu melewati berbagai medan yang 'menghadang' segenap aktivitas perputarannya. Mengingat urgensi dari UU ini, kajian berfokus pada sendi-sendi utama dari UU JPH, yaitu tinjauan label halal, proses produk halal, kewajiban pelaku usaha, pengawasan pihak berwenang dan peran serta masyarakat. Selanjutnya, realisasi UU akan dianalisis menggunakan *maqasid syari'ah* Jasser Auda. Hal ini sebagaimana disajikan pada Gambar 1.

Realisasi dari *maqasid* merupakan inti penting dari Hukum Islam sebagaimana validitas *ijtihad* ditentukan dari kadar kebermaksudannya (Auda, 2015). Untuk

menjangkau kebermaksudan yang universal, dibutuhkan wilayah jangkauan yang luas dari sebuah hukum yang berlaku, dalam hal ini UU Jaminan Produk Halal.



Gambar 1. Peta alur kajian UU JPH dalam perspektif *maqasid* Jasser Auda

Realisasi label halal

Label halal adalah merupakan tanda kehalalan suatu produk. Adapun yang dimaksud dengan produk dalam pasal 1 merupakan keseluruhan barang atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, maupun non makanan atau minuman serta produk-produk hasil buatan maupun hasil dari proses kimiawi.

Hal ini memberikan maksud bahwa UU JPH mencoba untuk menjangkau semua produk yang menjadi kebutuhan masyarakat. Sebagaimana penyebutan ‘obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik’ yang mengharuskan pengkajian untuk melihat kandungan produk menggunakan teknologi laboratorium. Hal ini karena setiap makanan yang sudah bersentuhan dengan teknologi tidak nampak dalam bentuk asli, maka produk tersebut masuk kategori *syubhat* (samar) (Helmi et al., 2019). An-Nabhani (1991) mengungkapkan bahwa *syubhat* berarti samar, tidak diketahui halal maupun haramnya secara jelas. Maka dengan adanya Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika (LPPOM) MUI adalah perwujudan dari mengintegrasikan hukum Islam dengan teknologi. Dalam perspektif Auda (2015), kondisi ini sebagai pelaksanaan dari *maqasid* dalam bentuk pengembangan *hifdzu la-'Aql* (pelestarian akal).

Kemudian mengenai kewajiban memberikan label halal sebagaimana bunyi pasal 26 tidak berlaku bagi pelaku usaha yang memproduksi produk dari bahan yang diharamkan. Akan tetapi pada pasal selanjutnya (pasal 27) disebutkan kewajibannya adalah ‘wajib mencantumkan keterangan tidak halal pada produk.’ Kewajiban pencantuman keterangan tersebut bukan sebagai tindakan diskriminatif kepada non-muslim, akan tetapi sebagai perwujudan dari ‘kebebasan kepercayaan’ yang disatukan dalam satu bingkai Kebhinnekaan. Hal ini sebagai pengembangan dari *hifdu ad-Din*

(pelestarian agama). Kebebasan ini memberikan kesempatan seluas-luasnya untuk penyebaran produk halal maupun non-halal di Indonesia. Terlebih dalam pasal 24 mengenai pengajuan permohonan sertifikat halal, tidak ada kewajiban pelaku usaha adalah beragama Islam, yang berarti memberikan hak yang sama kepada para pelaku usaha baik muslim maupun non-muslim untuk mendaftarkan produknya.

Realisasi proses produk halal

Proses produk halal memiliki pengertian rangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan produk mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan dan penyajian produk. Dalam pasal 21 terdapat kewajiban dari pelaku usaha yaitu pemisahan antara lokasi, tempat, alat Proses Produk Halal (PPH) dengan lokasi, tempat, alat penyembelihan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian. Adapun pembahasan mengenai proses produk halal ini dijelaskan secara lebih terperinci dan detail dalam [Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal \(2021\)](#) dari pasal 6 hingga pasal 22. Kebanyakan pasal dari PP tersebut menyebutkan kata ‘wajib dipisahkan antara yang halal dan tidak halal.’ Hal ini sebagai ekspresi dari maksud *hifdu al-din* dalam arti kontemporer yang memberikan kebebasan bagi pelaku usaha untuk secara bersama-sama memproduksi produk halal dan non-haram dengan pengawasan ketat.

Realisasi kewajiban pelaku usaha

Kewajiban pelaku usaha dalam UU JPH adalah melabeli produknya dengan label halal atau tidak halal. Adapun dalam mendaftarkan produknya, pelaku usaha sering dihadapkan dengan birokrasi serta kepengurusan syarat-syarat yang lumayan menguras waktu. Hal tersebut terletak pada pasal 33 tentang penetapan kehalalan produk yang membutuhkan waktu paling lama selama 30 hari kerja. Ditambah dengan pasal 35 terkait penerbitan sertifikat oleh BPJH yang membutuhkan waktu paling lama 7 hari kerja. Melihat birokrasi yang demikian, maka pemerintah melalui UU Cipta Kerja pasal 48 mengubah birokrasi awal penetapan kehalalan produk dari paling lama 30 hari menjadi 3 hari. Kemudian penerbitan sertifikatnya pun diubah dari paling lama 7 hari kerja menjadi 1 hari kerja.

Selain perubahan pasal yang dilakukan untuk efisiensi waktu, mengutip halaman resmi BPJPH bahwa pelaku usaha yang produksinya dengan menggunakan teknologi sederhana atau masih manual bisa mendaftarkan produknya secara gratis dengan nama Program SEHATI (Sertifikasi Halal Gratis) selama tahun 2023. Hal ini tentu merupakan angin segar bagi para pelaku usaha untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengingat kemudahan serta ‘rasa adil’ yang diberikan. Kemudahan serta keadilan ini merupakan realisasi dari *maqasid 'ammah* (umum) yaitu mewujudkan keadilan, dan kemudahan ([Auda, 2013](#)).

Realisasi pengawasan jaminan produk halal

Pengawasan jaminan produk halal dalam pasal 49 adalah wewenang dari BPJPH. Sedangkan pada pasal 50 disebutkan secara rinci mengenai ranah pengawasan dari JPH. Dari semua poin yang menjadi fokus pengawasan, pemerintah harus turun ke lapangan di tempat-tempat pemasaran produk dari pelaku usaha dan melihat secara langsung serta mengawasi bagaimana perputaran produk terjadi. Untuk memaksimalkan pengawasan, BPJPH bekerja sama dan berkoordinasi dengan berbagai pihak sebagaimana yang tertuang pada pasal 95 ayat 3 Peraturan Pemerintah No. 39 Tahun 2021 Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Kemudian pada ayat 4 disebutkan bahwa kerja sama tersebut adalah pada konteks penyusunan program strategis pengawasan JPH. Upaya BPJPH yang berkoordinasi dengan berbagai pihak terkait pengawasan JPH memiliki maksud dari mewujudkan Universalitas Hukum Islam di Indonesia (Auda, 2013).

Realisasi peran serta masyarakat

Peran serta masyarakat sebagaimana dalam pasal 53 UU JPH dijelaskan lebih lanjut melalui Peraturan Pemerintah No. 39 Tahun 2021 pasal 144 yang berupa: (1) sosialisasi dan edukasi mengenai JPH, (2) pendampingan dalam PPH, (3) publikasi bahwa produk berada dalam pendampingan, (4) pemasaran dalam jejaring organisasi kemasyarakatan Islam berbadan hukum; dan (5) pengawasan produk halal yang beredar.

Bahkan BPJPH dapat memberikan penghargaan masyarakat yang telah berperan serta dalam penyelenggaraan JPH sebagaimana dijelaskan pada pasal 147 ayat 1. Pelibatan masyarakat dalam penegakan, sosialisasi, dan penyebaran JPH ini adalah salah satu wujud dari pengembangan *hifzu al-'Ird* (pelestarian kehormatan) dengan memanusiaikan manusia dan menjaga hak-hak asasi manusia (Auda, 2015).

Realisasi UU JPH

Tujuan dari pengundangan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal sebagaimana tertulis pada pasal 3 yang berbunyi “Memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan Produk Halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk; dan meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.” Guna merealisasikan 2 hal tersebut, telah banyak hal yang dilakukan sebagai realisasi serta penyempurnaan dengan berbentuk Peraturan Pemerintah maupun Undang-Undang. Di antaranya adalah Peraturan Menteri Agama No. 39 Tahun 2018 tentang Pengelolaan Keuangan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, Peraturan Pemerintah No. 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, Peraturan Menteri No. 26 Tahun 2019 tentang Jaminan Produk Halal, Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, dan Peraturan Pemerintah No. 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.

Selain itu, telah dibentuk pula lembaga Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di bawah Kementerian Agama sebagai pemenuhan amanah dari Undang-

Undang sebelumnya. Kemudian universalisasi JPH dengan kerja sama dan koordinasi antara BPJPH dengan berbagai lini terkait, yaitu: Kementerian terkait, Lembaga terkait, maupun Pemerintah daerah provinsi, kabupaten atau kota.

UU JPH ini adalah aplikasi dari perluasan dimensi perlindungan konsumen yang harus mendapatkan jaminan dan perlindungan di Indonesia. UU JPH ini merupakan satu kesatuan dengan UU perlindungan konsumen tahun 1999 maupun UU lainnya yang memiliki muatan dalam perlindungan konsumen. Keterkaitan antar UU dalam perlindungan konsumen ini sejalan dengan sifat kemenyeluruhan (*wholeness*) dan multidimensi (*multi-dimensionality*) dari Hukum Islam (Auda, 2015). Selain itu, dengan adanya UU JPH yang melindungi konsumen muslim, asas perlindungan konsumen mengalami perluasan dimensi yaitu asas ‘kebebasan kepercayaan’ yang merupakan pengembangan dari menjaga agama (*hifdzu ad-Din*) dalam ekspresi kontemporer. Tabel 1 menjelaskan bagaimana aplikasi perlindungan konsumen di Indonesia dalam perspektif *Maqasid* Jasser Auda.

Tabel 1. Perluasan dimensi perlindungan konsumen di Indonesia

Materi	Asas	Pemenuhan Hak
UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU dan Peraturan Terkait	<ul style="list-style-type: none"> • Asas manfaat • Asas keadilan • Asas keseimbangan • Asas keamanan • Asas keselamatan • Kepastian hukum 	Hak diatur dalam pasal 4
UU No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal	<ul style="list-style-type: none"> • Asas kebebasan kepercayaan 	Hak untuk bebas menjalankan ajaran agamanya

Implementasi UU JPH

Berdasarkan wawancara dan observasi, diketahui bahwa masih banyak produk yang dijual di toko I, baik *food* maupun *non-food* yang belum memiliki label halal pada kemasannya. Terdapat 15 produk makanan yang tidak berlabel halal dan 35 non makanan. Rangkuman produk-produk yang belum memiliki label halal disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Produk toko I tanpa label halal

No	Makanan	No	Non-makanan
1.	Bumbu Merica bubuk mickey	1.	Obat Nyamuk Baygon
2.	Minuman Root beer	2.	Obat Nyamuk Hit
3.	Permen Betadine Lozenges	3.	Obat Nyamuk Vape
4.	Rokok Gudang Garam	4.	Pengharum Ruangan Stella
5.	Rokok L.A.	5.	Pengharum Ruangan Indomaret Air
6.	Rokok Ji Sam Su	6.	Pewangi Pakaian Indomaret
7.	Rokok Djarum Black	7.	Sabun Lantai Super SOL
8.	Rokok Djarum King	8.	Deterjen Attack
9.	Rokok Djarum 76	9.	Deterjen Jazz
10.	Rokok Sampoerna	10.	Popok Bayi Mamy Poko (Hijau)
11.	Rokok Lucky Strike	11.	Shampo Tresemme
12.	Rokok Djarum Mld	12.	Shampo Metal
13.	Rokok Class Mild	13.	Sikat Gigi Oral-B (Soft)

No	Makanan	No	Non-makanan
14.	Rokok Esse	14.	Sikat Gigi Pepsodent (Soft dan Travel)
15.	Rokok Camel	15.	Sikat Gigi Ultra Clean Indomaret
		16.	Pencukur Kumis Gilette
		17.	Pencukur Kumis Schick Exacta 2
		18.	Parfum Gatsby splash cologne
		19.	Parfum Gatsby Urban Cologne
		20.	Deodorant Spray Axe
		21.	Minyak Rambut Gatsby Gel Merah
		22.	Minyak Rambut Gatsby Clay
		23.	Minyak Rambut Gatsby Pomade (Biru, Hitam, dan Putih)
		24.	Tisu Basah Saniter
		25.	Tisu Basah Wetz 30 lembar
		26.	Tisu Wajah Indomaret
		27.	Tisu Wajah Favour Molang
		28.	Serbet serbaguna Indomaret
		29.	Kodomo Anti Bacterial Aloevera
		30.	Biore UV
		31.	Y.o.u.
		32.	Koji.San Sabun
		33.	Biore UV
		34.	Y.o.u. Triple Uv Elixir
		35.	Moko-moko Contour

Lebih lanjut, kondisinya tidak jauh berbeda dimana banyak produk yang dijual di toko A, baik *food* maupun *non-food* yang belum memiliki label halal pada kemasannya. Terdapat 14 produk makanan yang tidak berlabel halal dan 53 non makanan. Rangkuman produk-produk yang belum memiliki label halal disajikan pada [Tabel 3](#).

Tabel 3. Produk toko A tanpa label halal

No	Makanan	No	Non-makanan
1.	Rokok Sukuki	1.	Tisu Basah Unitei
2.	Rokok Djarum 76	2.	Tisu Basah Saniter
3.	Rokok Djarum King	3.	Tisu Basah Paseo (25 L)
4.	Rokok Marlboro	4.	Popok Dewasa Confidence (7 Pcs)
5.	Rokok Wismilak	5.	Popok Dewasa Lifree (7 Pcs)
6.	Rokok Djarum MLD	6.	Pembalut Laurier Active Day
7.	Rokok Djarum Black	7.	Pembalut Laurier Slimguard
8.	Rokok Sampoerna	8.	Pembalut Laurier Relax Night
9.	Rokok Esse	9.	Pembalut Softex Daun Sirih
10.	Rokok Clas Mild	10.	Sikat Gigi Omica
11.	Rokok Camel	11.	Sikat Gigi Oral-B (Soft isi 1 dan 3)
12.	Rokok Dunhill	12.	Sikat Gigi Sensodyne (Soft isi 1 dan 3)
13.	Rokok L.A.	13.	Sikat Gigi Pepsodent (travel dan isi 3 soft)
14.	Rokok Ji Sam Su	14.	Shampo Tresemme Scalp Care (Hitam)
		15.	Shampo Tresemme Keratin Smooth (merah)
		16.	Shampo Tresemme Conditioner (putih)
		17.	Shampo Metal
		18.	Gilette Goal
		19.	Gilette
		20.	Minyak Rambut Gatsby Pomade

No Makanan	No Non-makanan
	21. Minyak Rambut Gatsby WG Gel (merah dan kuning)
	22. Minyak Rambut For Him Pomade
	23. Minyak Rambut Gatsby Pomade (hitam, cokelat, putih)
	24. Parfum Napoleon Eau De Toilette
	25. Body Spray Axe (biru, hitam)
	26. Body Spray Gatsby Splash Cologne (Musky)
	27. Body Spray Gatsby Urban Cologne
	28. Masker Garnier Water Glow
	29. Masker Garnier Sakura White
	30. Nyu Henna Shampo
	31. Biore Komedo
	32. Koji.San Face Cream
	33. Cetaphil Face and Body
	34. Senka Perfect Whip
	35. Himalaya
	36. Himalaya Purifying Neem Face (wash)
	37. Himalaya Purifying Neem (mask)
	38. Rojukis Bright Pore Expert
	39. Rojukis Acne Pore Expert
	40. Hand Body St.Ives Fresh Skin
	41. Hand Body Herboris Juice For Skin (apple & raspberry)
	42. Sabun Cuci BuKrim
	43. Sabun Cuci Attack Deterjen Cair
	44. Sabun Cuci Attack Easy
	45. Sabun Cuci Piring Attack
	46. Sabun Cuci Piring Woshi Woshi
	47. Popok Bayi Merries Pants
	48. Popok Bayi Fitti Pants
	49. Dot Pigeon Soft Touch
	50. Dot Pigeon BPA Free
	51. Vicks Inhaler
	52. Vick VapoRub
	53. Luka Gel Salep

KESIMPULAN

UU No. 33 Tahun 2014 tentang JPH sudah sesuai dengan maksud dari pensyariatannya, maka merealisasikan UU ini setara dengan merealisasikan *maqasid syari'ah*. UU JPH merupakan satu kesatuan dengan UU lainnya yang terkait dengan perlindungan konsumen di Indonesia. Dengan ini, maka asas dan hak konsumen mengalami perluasan dimensi, yaitu 'kebebasan kepercayaan' dan 'hak untuk bebas menjalankan ajaran agamanya.' Implementasi UU JPH pada toko ritel yang menjadi subjek riset telah terfokus pada pelabelan halal pada produk, namun masih ditemukan produk yang dijual tanpa label halal, utamanya pada produk rokok dan kosmetik.

REFERENCES

Abdullah, C., & Suliyanthini, D. (2021). Perubahan Perilaku Konsumen di Masa Pandemi

- Covid-19. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(1), 18–24. <https://doi.org/10.26618/equilibrium.v9i1.4316>
- An-Nabhani, S. M. T. bin I. bin M. bin I. bin Y. (1991). *Asy-Syakhshiyah al-Islamiyyah*. Pustaka Fikrul Islam.
- Anshori, M. (2020). Makanan Haram dan Pengaruhnya dalam Kehidupan. *Islamitsch Familierecht Journal*, 1(1), 66–90. <https://doi.org/10.32923/ifj.v1i01.1492>
- Auda, J. (2013). *Maqasid Syariah Dalil Mubtadiin (Al-Maqasid untuk pemula)* (A. ‘Abdel Mon’im (ed.); 1st ed.). SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Auda, J. (2015). *Membumikan Hukum Islam melalui Maqasid Syariah: Pendekatan Sistem* (Ahmad Baiquni (ed.)). PT Mizan Pusaka.
- Dzikrayah, F. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Terhadap Konsumsi Food And Beverage Pada Masa Pandemi Covid-19. *Al-Mualamat: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1).
- Ghapa, N., & Ab Kadir, N. A. (2021). Information Regulation: A Measure of Consumer Protection. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 29(S2), 59–74. <https://doi.org/10.47836/pjssh.29.s2.05>
- Helmi, I., Hafidhuddin, D., & Ibdalsyah. (2019). Kehalalan Makanan Cepat Saji Menurut Fatwa Mui: Studi Analisis Terhadap Restoran Cepat Saji Di Kota Bogor. *Kasaba: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 40–51. <https://doi.org/10.32832/kasaba.v12i1.2548>
- Ibn Kathir, I. (1999). *Tafsir Al-Quran Al-Azim*. Dar at-Tayyibah li an-Nasyr wa at-Tauzi’.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications Inc.
- Moleong, L. J. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nusran, M., Darmawangsa, A., & Ardi. (2021). Pengembangan Komunitas Sadar Halal Berbasis Masjid. *Prosiding Seminar Nasional Ilmiah Masjid (WIM III)*.
- Pramezwar, A., Juliana, Pramono, R., Rahardja, C. J., & Adianto, R. (2021). The Coronavirus’s and Social Restrictions Effects on Consumer Behavior New Normal Era: A Perspective Alphabet Theory. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI)*, 12(3), 1960–1976.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, (2021).
- Rohmah, A. (2020). Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen di Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1373–1378.
- Salim HS, & Nurbani, E. S. (2013). *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi*. PT Grafindo Persada.
- Yuningsih, N. (2020). *Retail Foods*.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License