



## Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Penyalahgunaan Logo Halal Palsu Di Pasar Domestik

Farah Aurelia<sup>1</sup>, Jenni Komala Sari<sup>2</sup>, Linda Lestary<sup>3</sup>, Putri Auliya Zahra<sup>4</sup>,  
Three Ramadhani<sup>5</sup>, Waldi Nopriansyah<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Bisnis Syariah  
Universitas Indo Global Mandiri

Email: <sup>1</sup>Faraaurelia0222@gmail.com <sup>2</sup>Jenikomalasari2@gmail.com,  
<sup>3</sup>lestarylinda722@gmail.com, <sup>4</sup>putriauliyazhra@gmail.com,  
<sup>5</sup>three.ramadhani16@gmail.com, <sup>6</sup>waldi@gmail.ac.id.

### Abstract

*Consumer protection against the misuse of fake halal logos is a significant legal issue within Indonesia's national legal system, considering that the majority of the population is Muslim and relies on halal certification as a primary consideration in consumption. The halal logo functions as a legal information instrument that guarantees product compliance with halal standards; however, in practice, some business actors misuse halal labels without official certification, thereby misleading consumers. This study aims to analyze the concept and legal basis of consumer protection concerning product halalness, the forms and characteristics of fake halal logo misuse in the domestic market, and the legal mechanisms available to protect consumers. This research employs normative legal research using statutory and conceptual approaches. The findings indicate that consumer protection is regulated under Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection and Law Number 33 of 2014 on Halal Product Assurance, which are implemented through preventive and repressive legal measures. The effectiveness of such protection largely depends on law enforcement consistency, institutional supervision, and legal awareness among business actors and consumers.*

**Keywords:** *Consumer Protection, Fake Halal Logo, Halal Product Assurance, Halal Certification, Domestic Market.*

### Abstrak

Perlindungan konsumen terhadap penyalahgunaan logo halal palsu merupakan isu penting dalam sistem hukum nasional Indonesia, mengingat mayoritas penduduknya beragama Islam dan menjadikan kehalalan produk sebagai dasar utama dalam konsumsi. Logo halal berfungsi sebagai instrumen informasi hukum yang menjamin kehalalan produk, namun dalam praktik masih ditemukan pelaku usaha yang mencantumkan logo halal tanpa sertifikasi resmi sehingga menyesatkan konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis konsep dan dasar hukum perlindungan konsumen terhadap kehalalan produk, bentuk dan karakteristik penyalahgunaan logo halal palsu di pasar domestik, serta upaya dan mekanisme perlindungan hukum yang tersedia bagi konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-

Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang dilaksanakan melalui upaya preventif dan represif oleh negara. Efektivitas perlindungan hukum sangat bergantung pada pengawasan, penegakan hukum, dan kesadaran pelaku usaha serta konsumen.

**Kata Kunci:** *Perlindungan Konsumen, Logo Halal Palsu, Jaminan Produk Halal, Sertifikasi Halal, Pasar Domestik.*

## **Pendahuluan**

Perlindungan konsumen merupakan unsur krusial dalam kerangka hukum nasional Indonesia, terutama mengingat Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk Muslim yang dominan. Salah satu hak utama konsumen adalah memperoleh informasi yang akurat, transparan, dan dapat dipercaya dalam setiap kegiatan transaksi, termasuk terhadap produk yang beredar di pasar. Logo halal berperan sebagai penanda kehalalan produk yang dijadikan pedoman oleh konsumen Muslim untuk memastikan kesesuaian produk dengan ajaran agama yang dianut. Namun demikian, dalam beberapa tahun terakhir muncul praktik penyalahgunaan logo halal oleh pelaku usaha, yakni dengan mencantumkan label halal secara ilegal atau tidak resmi pada produk yang belum tersertifikasi. Praktik tersebut menyebabkan terjadinya distorsi informasi yang diterima konsumen dan berpotensi melanggar hak konsumen atas keamanan, keselamatan, serta kebenaran informasi mengenai produk yang dikonsumsi. Sejalan dengan itu, penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa pelabelan halal yang tidak tepat dapat menimbulkan kebingungan di kalangan konsumen serta berdampak negatif terhadap tingkat kepercayaan masyarakat dan efektivitas perlindungan konsumen secara menyeluruh (Pakpahan, *et.al.*, 2024).

Secara normatif, perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pelanggaran penggunaan label halal telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menegaskan hak konsumen untuk memperoleh informasi produk yang akurat, jelas, dan dapat dipertanggungjawabkan, serta Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang mengharuskan setiap produk yang beredar di wilayah

Indonesia memiliki sertifikat dan mencantumkan logo halal resmi yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Namun, dalam pelaksanaannya di lapangan, ketentuan tersebut masih menghadapi sejumlah hambatan, antara lain lemahnya sistem pengawasan, rendahnya tingkat kepatuhan dan kesadaran pelaku usaha, serta belum optimalnya penegakan hukum terhadap praktik penyalahgunaan label halal (Azizah, *et.al.*, 2025).

Di sisi lain, pesatnya perkembangan aktivitas perdagangan, baik melalui pasar konvensional maupun platform digital, menimbulkan tantangan tersendiri dalam menjamin kehalalan produk yang dikonsumsi masyarakat, khususnya bagi konsumen Muslim. Dengan komposisi penduduk yang mayoritas beragama Islam, kehalalan produk di Indonesia tidak sekadar menjadi pilihan konsumen, melainkan merupakan bagian dari hak fundamental dalam melakukan transaksi dan mengonsumsi barang yang selaras dengan ajaran agama serta ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Maimunah, *et.al.*, 2025).

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) sebagai dasar hukum utama mengatur kewajiban bahwa setiap produk yang diproduksi, diimpor, dan diedarkan di wilayah Indonesia harus terlebih dahulu memperoleh sertifikat halal sebelum dipasarkan. Ketentuan ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum sekaligus perlindungan bagi konsumen agar terhindar dari kerugian, baik yang berkaitan dengan aspek keyakinan beragama, kerugian ekonomi, maupun risiko terhadap keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi produk (Masri, *et.al.*, 2025).

Meskipun demikian, dalam praktiknya masih ditemukan penggunaan logo halal palsu atau tidak sah pada berbagai produk di pasar domestik, baik produk pangan maupun barang konsumsi lainnya. Tindakan tersebut bertentangan dengan prinsip transparansi dan kejujuran informasi kepada konsumen serta berpotensi menyesatkan masyarakat, khususnya konsumen Muslim yang menjadikan logo halal sebagai acuan utama dalam menentukan kehalalan suatu produk. Penyalahgunaan logo halal tidak hanya merusak fungsi label sebagai bentuk jaminan perlindungan

konsumen, tetapi juga merupakan perbuatan melawan hukum sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang secara tegas melarang pelaku usaha memperdagangkan barang atau jasa dengan informasi, pernyataan, atau klaim yang tidak benar maupun menyesatkan, termasuk klaim halal tanpa sertifikasi resmi (Ariyanti, 2025).

Kondisi tersebut menjadi semakin serius seiring dengan meningkatnya peredaran produk, baik lokal maupun impor, yang mengklaim telah berlabel halal tanpa melalui mekanisme sertifikasi resmi dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Akibatnya, konsumen berada pada posisi yang lemah dan berisiko mengalami kerugian, baik secara material maupun nonmaterial. Fenomena ini mencerminkan masih kurang optimalnya sistem pengawasan serta belum efektifnya penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan penyalahgunaan label halal (Azizah, 2025).

Lebih lanjut, kedudukan hukum konsumen dalam memperoleh informasi yang akurat serta perlindungan atas hak-haknya sebagai pengguna barang dan jasa menjadi persoalan krusial yang perlu dikaji secara komprehensif. Hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta mutu barang atau jasa merupakan elemen mendasar dalam sistem perlindungan hukum nasional, termasuk dalam aspek jaminan kehalalan produk (Andini, 2024).

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian hukum normatif (*doctrinal research*), yakni penelitian yang berfokus pada kajian terhadap norma-norma hukum positif yang mengatur perlindungan konsumen terkait penyalahgunaan penggunaan logo halal palsu di pasar domestik. Pemilihan metode penelitian hukum normatif didasarkan pada karakter permasalahan yang dikaji, yang berkaitan erat dengan pengaturan hukum, asas dan prinsip hukum, serta ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam sistem hukum nasional Indonesia, khususnya di bidang perlindungan konsumen dan jaminan produk halal.

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan mencakup pendekatan peraturan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan peraturan perundang-undangan dilakukan melalui penelaahan secara komprehensif dan sistematis terhadap berbagai regulasi yang relevan, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, serta peraturan pelaksana yang mengatur sertifikasi dan pelabelan halal. Sementara itu, pendekatan konseptual digunakan untuk mengkaji dan memahami konsep-konsep dasar, antara lain perlindungan hukum, hak-hak konsumen, tanggung jawab pelaku usaha, serta konsep kehalalan produk dalam perspektif hukum. (Purnomo, 2024).

Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini meliputi bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer mencakup peraturan perundang-undangan yang secara langsung mengatur perlindungan konsumen serta jaminan produk halal. Bahan hukum sekunder terdiri atas literatur hukum berupa buku teks, jurnal ilmiah, hasil penelitian, dan artikel hukum yang relevan dengan isu penyalahgunaan logo halal dan perlindungan konsumen, khususnya yang dipublikasikan dalam lima tahun terakhir. Sementara itu, bahan hukum tersier digunakan sebagai pelengkap, antara lain kamus hukum dan ensiklopedia hukum. Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan cara mengidentifikasi, menelaah, dan menganalisis secara sistematis berbagai sumber hukum yang relevan. Studi kepustakaan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh mengenai pengaturan hukum, praktik penerapan, serta persoalan yang timbul dalam upaya perlindungan konsumen terhadap penggunaan logo halal palsu (Yanova, *et.al.*, 2025).

Analisis terhadap bahan hukum dilakukan secara kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Pendekatan deskriptif digunakan untuk memaparkan secara komprehensif ketentuan hukum yang mengatur perlindungan konsumen dan jaminan produk halal, sedangkan analisis analitis difokuskan pada penilaian

keselarasan antara norma hukum yang berlaku dengan praktik yang terjadi di pasar domestik. Melalui metode ini, diharapkan dapat diketahui tingkat efektivitas perlindungan hukum bagi konsumen serta bentuk pertanggungjawaban hukum yang dapat dikenakan kepada pelaku usaha yang melakukan penyalahgunaan logo halal palsu.

Hasil analisis selanjutnya disusun dalam bentuk uraian yang sistematis dan argumentatif guna menghasilkan kesimpulan serta rekomendasi yang dapat memperkuat perlindungan hukum bagi konsumen sekaligus mendorong peningkatan kepatuhan pelaku usaha terhadap ketentuan jaminan produk halal di Indonesia.

## **Hasil Pembahasan**

### **1. Konsep dan Dasar hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Kehalalan Produk Di Indonesia**

Perlindungan konsumen terkait kehalalan produk di Indonesia merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem perlindungan hukum nasional yang bertujuan untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen, khususnya bagi konsumen Muslim, agar dapat memperoleh produk yang selaras dengan ajaran agama serta ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam konteks ini, perlindungan konsumen terhadap kehalalan produk tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi semata, tetapi juga mencakup dimensi moral, spiritual, dan hak asasi manusia, terutama hak atas rasa aman serta hak untuk memperoleh informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai suatu produk.

Dalam kerangka hukum perlindungan konsumen, kehalalan produk dipandang sebagai bagian dari hak konsumen atas informasi yang benar dan tidak menyesatkan. Logo atau label halal berperan sebagai sarana informasi hukum yang memberikan kepastian bahwa produk tersebut telah melalui proses pemeriksaan dan sertifikasi sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh negara. Oleh karena itu, label halal bukan sekadar simbol religius, melainkan memiliki konsekuensi hukum yang

mengikat pelaku usaha untuk bertanggung jawab atas kebenaran klaim kehalalan produknya. Kehalalan produk juga merupakan wujud perlindungan preventif yang diberikan negara kepada konsumen Muslim agar terhindar dari kerugian, baik yang berkaitan dengan keyakinan agama maupun dari aspek hukum (Andini, 2024).

Landasan hukum utama yang mengatur perlindungan konsumen terhadap aspek kehalalan produk di Indonesia tertuang dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Regulasi ini menegaskan bahwa setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib memiliki sertifikat halal, kecuali produk yang secara jelas berasal dari bahan yang diharamkan. Penerapan kewajiban sertifikasi halal tersebut dimaksudkan untuk memberikan kepastian hukum bagi konsumen sekaligus meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk yang beredar di pasar. Dengan demikian, UU JPH mencerminkan bentuk tanggung jawab negara dalam melindungi kepentingan konsumen Muslim melalui pengaturan yang bersifat wajib dan mengikat bagi seluruh pelaku usaha.

Selain UU JPH, perlindungan konsumen terkait kehalalan produk juga berlandaskan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-undang ini memberikan perlindungan yang bersifat umum dengan menekankan hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa, termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang akurat, jelas, dan dapat dipercaya. Dalam kaitannya dengan kehalalan produk, penggunaan logo halal palsu atau pencantuman klaim halal tanpa sertifikasi resmi merupakan bentuk informasi yang menyesatkan dan secara tegas dilarang oleh UUPK. Pelanggaran terhadap klaim kehalalan tersebut dapat menimbulkan konsekuensi hukum bagi pelaku usaha, baik berupa tanggung jawab perdata maupun sanksi administratif sesuai dengan ketentuan UUPK (Maimunah, *et.al.*, 2025).

Selanjutnya, sistem perlindungan konsumen terhadap jaminan kehalalan produk diperkuat melalui peran Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal

(BPJPH) sebagai lembaga negara yang memiliki kewenangan dalam pelaksanaan sertifikasi halal. Kehadiran BPJPH mencerminkan komitmen negara dalam membangun sistem jaminan produk halal yang terpadu, mulai dari tahapan sertifikasi, pengawasan, hingga penegakan hukum. Penguatan fungsi dan kelembagaan BPJPH menjadi langkah strategis untuk menjamin efektivitas perlindungan konsumen dari praktik penyalahgunaan logo halal di pasar domestik.

Dengan demikian, perlindungan konsumen terhadap kehalalan produk di Indonesia didasarkan pada prinsip kepastian hukum, keterbukaan informasi, serta tanggung jawab pelaku usaha. Keberadaan UU JPH, UUPK, dan berbagai peraturan pelaksana lainnya membentuk suatu kerangka hukum yang menyeluruh dalam memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik-praktik yang menyesatkan, termasuk penggunaan logo halal palsu. Meskipun demikian, tingkat efektivitas perlindungan hukum tersebut sangat ditentukan oleh konsistensi aparat penegak hukum dalam menerapkan aturan serta tingkat kesadaran dan kepatuhan pelaku usaha terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

## **2. Bentuk dan Karakteristik Penyalahgunaan Logo Halal Palsu Di Pasar Domestik**

Fenomena penggunaan logo halal palsu yang marak terjadi di pasar domestik Indonesia merupakan cerminan dari praktik pemasaran dan pelabelan produk yang tidak sejalan dengan ketentuan hukum mengenai jaminan produk halal. Dalam struktur pasar yang didominasi oleh konsumen Muslim, logo halal memiliki makna yang lebih dari sekadar informasi produk, melainkan menjadi simbol kepercayaan konsumen terhadap jaminan kehalalan suatu barang. Apabila logo halal dicantumkan tanpa melalui mekanisme sertifikasi resmi, tindakan tersebut tidak hanya melanggar ketentuan administratif, tetapi juga menimbulkan dampak kerugian bagi konsumen, baik dari aspek keyakinan beragama, kerugian ekonomi, maupun tekanan psikologis akibat rasa tertipu dan hilangnya rasa aman dalam memilih produk yang sesuai dengan kepercayaannya.

Berbagai studi empiris terhadap kasus-kasus yang terjadi menunjukkan bahwa praktik penggunaan label halal palsu kerap ditemukan pada jenis produk pangan tertentu, termasuk makanan dan jajanan anak yang seharusnya tidak memenuhi kriteria kehalalan, namun tetap mencantumkan logo halal pada kemasannya tanpa sertifikasi yang sah. Hasil investigasi yang dilakukan oleh BPOM dan BPJPH pada tahun 2025, misalnya, mengungkap adanya sejumlah jajanan anak yang terbukti mengandung unsur babi, tetapi tetap beredar di pasar tradisional dan lingkungan sekolah dengan sertifikat atau label halal yang keabsahannya diragukan. Kondisi ini menunjukkan bahwa penyalahgunaan label halal merupakan persoalan serius yang berdampak luas terhadap perlindungan konsumen (Ansori, 2024).

Dari segi karakteristik, penyalahgunaan logo halal palsu dapat dibedakan dalam beberapa bentuk. Pertama, pencantuman label halal tanpa sertifikasi resmi, yaitu pelaku usaha mencantumkan klaim halal atau bahkan logo halal pada produk tanpa pernah mendapatkan sertifikat halal dari otoritas yang berwenang seperti BPJPH atau lembaga sertifikasi yang diakui. Kondisi ini sering terjadi pada produk-produk UMKM yang kurang memahami prosedur sertifikasi atau sekadar mencari keuntungan cepat tanpa memperhatikan ketentuan hukum jaminan produk halal. Penelitian normatif hukum terhadap pangan anak menunjukkan bahwa sejumlah produk tetap menggunakan logo halal secara tidak tepat, padahal tidak memenuhi syarat kehalalan yang sah.

Kedua, penyalahgunaan logo halal juga dapat berupa ketidaktepatan atau pemalsuan informasi pada label halal, yaitu ketika pelaku usaha menggunakan simbol, tulisan, atau logo yang menyerupai logo halal resmi namun dibuat tanpa dasar hukum atau dimanipulasi untuk menyesatkan konsumen. Bentuk praktik ini menimbulkan misleading labeling, di mana konsumen Muslim yang bergantung pada simbol halal merasa yakin terhadap kehalalan produk tersebut, padahal produk tersebut tidak pernah melalui proses sertifikasi yang sesuai ketentuan. Upaya pencegahan terhadap praktik ini menjadi tantangan tersendiri dalam pengawasan, mengingat pelaku usaha kerap secara sengaja meniru unsur visual yang menyerupai

logo halal resmi guna menarik kepercayaan konsumen.

Ketiga, penyalahgunaan logo halal palsu juga dapat ditinjau dari dorongan motif ekonomi serta rendahnya tingkat kesadaran hukum di kalangan pelaku usaha. Tidak sedikit pelaku usaha yang lebih memprioritaskan strategi pemasaran dan peningkatan volume penjualan tanpa memperhatikan kewajiban hukum terkait penggunaan logo halal. Kondisi tersebut mendorong terjadinya penggunaan sertifikat halal atau klaim kehalalan yang tidak memiliki dasar hukum yang jelas. Dampak dari praktik ini tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sistem jaminan halal nasional serta mencoreng reputasi pelaku usaha lokal. Dalam jangka panjang, situasi ini bahkan dapat memicu aksi boikot konsumen terhadap produk tertentu. Hasil penelitian kuantitatif di wilayah Solo menunjukkan bahwa kasus penyalahgunaan label halal memberikan dampak berkepanjangan terhadap citra dan reputasi bisnis, yang menegaskan bahwa persoalan label halal palsu bukan semata isu administratif, melainkan persoalan sosial dan ekonomi yang merugikan konsumen maupun pelaku usaha lain yang patuh terhadap hukum (BPOM-BPJPH, 2025).

Lebih lanjut, bentuk penyalahgunaan logo halal palsu juga tercermin dalam ketidaksesuaian antara substansi produk dan klaim kehalalan yang dicantumkan, yaitu ketika suatu produk secara nyata mengandung bahan yang tidak halal namun tetap dilabeli sebagai produk halal. Praktik ini tidak hanya menyesatkan konsumen dari sisi informasi, tetapi juga merusak substansi dan tujuan jaminan halal itu sendiri, yang seharusnya menjamin kesesuaian dengan prinsip syariat Islam sekaligus aspek keamanan bagi konsumen. Berbagai kajian penelitian menunjukkan bahwa minimnya pemahaman terhadap regulasi jaminan produk halal di kalangan pelaku usaha menjadi salah satu faktor utama yang mendorong terjadinya praktik penyalahgunaan tersebut.

Secara struktural, praktik penyalahgunaan label halal palsu mencerminkan adanya kelemahan dalam sistem pengawasan dan penegakan hukum. Kondisi ini kerap dipengaruhi oleh keterbatasan sumber daya, kurang optimalnya koordinasi

antar lembaga pengawas seperti BPJPH dan BPOM, serta rendahnya tingkat kepatuhan dan kesadaran hukum di kalangan pelaku UMKM. Akibatnya, penyalahgunaan logo halal berkembang menjadi persoalan yang bersifat kompleks dan sistemik, sehingga penanganannya memerlukan pendekatan terpadu melalui penguatan regulasi, peningkatan literasi hukum bagi pelaku usaha, serta pemberdayaan konsumen agar lebih proaktif dalam melaporkan dugaan penyalahgunaan label halal (Sari & Nugroho, 2025).

### **3. Upaya dan Mekanisme Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Penyalahgunaan Logo Halal Palsu**

Perlindungan hukum terhadap konsumen atas praktik penyalahgunaan logo halal palsu di Indonesia dilaksanakan melalui mekanisme preventif dan represif yang menjadi bagian dari sistem hukum nasional. Perlindungan tersebut ditujukan untuk menjamin terpenuhinya hak konsumen atas informasi yang akurat serta mencegah timbulnya kerugian akibat klaim kehalalan yang menyesatkan.

Upaya preventif diwujudkan melalui kewajiban sertifikasi halal dan penggunaan label halal yang sah pada setiap produk yang beredar di pasar domestik. Ketentuan ini mengharuskan pelaku usaha memperoleh sertifikat halal terlebih dahulu sebelum mencantumkan logo halal pada kemasan produk. Label halal berperan sebagai sarana informasi hukum yang memberikan kepastian kepada konsumen bahwa produk tersebut telah memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan. Dengan demikian, kewajiban pencantuman label halal merupakan bentuk perlindungan awal bagi konsumen guna mencegah praktik penyesatan melalui klaim halal yang tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Di samping itu, langkah preventif juga dilakukan melalui fungsi pengawasan oleh lembaga yang berwenang, khususnya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Pengawasan ini mencakup kegiatan pemeriksaan produk di peredaran, verifikasi keabsahan sertifikat halal, serta pelaksanaan sosialisasi dan edukasi kepada pelaku usaha dan

masyarakat. Pengawasan yang dilakukan secara berkesinambungan menjadi faktor penting dalam menekan dan mencegah terjadinya penyalahgunaan logo halal di pasar domestik.

Apabila praktik penyalahgunaan logo halal palsu tetap berlangsung, maka langkah represif ditempuh melalui mekanisme penegakan hukum. Pelaku usaha dapat dikenai berbagai sanksi administratif, antara lain teguran tertulis, pengenaan denda administratif, pencabutan sertifikat halal, hingga penarikan produk dari peredaran. Penerapan sanksi tersebut bertujuan untuk menghentikan pelanggaran yang terjadi sekaligus melindungi konsumen dari potensi kerugian yang lebih luas. Dalam konteks ini, sanksi administratif memiliki peran strategis sebagai sarana penegakan hukum yang bersifat cepat dan efektif.

Di samping sanksi administratif, pelaku usaha juga dapat dimintai pertanggungjawaban secara perdata maupun pidana apabila terbukti telah menyesatkan konsumen melalui penggunaan logo halal palsu. Ketentuan tersebut dimaksudkan untuk memberikan efek jera serta menegaskan bahwa penyalahgunaan label halal tidak sekadar merupakan pelanggaran administratif, melainkan termasuk perbuatan melawan hukum yang menimbulkan kerugian bagi konsumen. Penerapan sanksi perdata dan pidana diharapkan mampu meningkatkan tingkat kepatuhan pelaku usaha terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang jaminan produk halal.

## **Kesimpulan**

Perlindungan hukum terhadap konsumen atas praktik penyalahgunaan logo halal palsu di Indonesia berlandaskan pada prinsip kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Jaminan Produk Halal dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Penyalahgunaan logo halal, baik dalam bentuk pencantuman tanpa sertifikasi resmi, pemalsuan label, maupun ketidaksesuaian antara substansi produk dan klaim kehalalan, telah menimbulkan kerugian bagi konsumen, tidak hanya dari aspek

keyakinan dan ekonomi, tetapi juga terkait hilangnya rasa aman dalam mengonsumsi produk. Oleh sebab itu, negara menerapkan mekanisme perlindungan melalui langkah preventif berupa kewajiban sertifikasi halal serta pengawasan oleh BPJPH dan BPOM, dan langkah represif melalui pemberian sanksi administratif, perdata, maupun pidana terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan hukum. Tingkat efektivitas perlindungan hukum tersebut sangat ditentukan oleh konsistensi penegakan hukum, penguatan sistem pengawasan, serta peningkatan kesadaran hukum baik di kalangan pelaku usaha maupun konsumen dalam menjaga kepercayaan terhadap sistem jaminan produk halal nasional.

## Daftar Pustaka

- Andini, P. P. (2024). *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Muslim atas Kehalalan Produk*. *Jurnal Kajian Konstitusi*.
- Ansori, D. H. (2024). *Praktik pencantuman label halal palsu pada produk pangan di pasar domestik Indonesia* (Skripsi sarjana, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember). Repository UIN KHAS Jember.
- Ariyanti, A. (2025). *Pencantuman Label Halal Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Produk UMKM*. *Nomos : Jurnal Penelitian Ilmu Hukum*.
- Azizah, S. N. (2025). *Perlindungan konsumen Muslim melalui pencantuman sertifikat dan label halal pada produk pangan non kemasan*. *Juris: Jurnal Ilmu Hukum*.
- Azizah, S. N. (2025). *Perlindungan Konsumen Muslim melalui Pencantuman Sertifikat dan Label Halal pada Produk Pangan Non Kemasan*. *The Juris*.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan & Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2025). *Pengawasan label halal dan temuan pelanggaran pada produk pangan anak di pasar domestik*. BPOM-BPJPH.
- Maimunah, M., Budiarti, D., & Humiati, H. (2025). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Pangan Yang Tidak Mencantumkan Label Halal*. *Yurijaya : Jurnal Ilmiah Hukum*.
- Masri, E., Irianto, S., & Masriani, Y. T. (2025). *Halal Product Assurance as Legal Protection for Muslim Consumers in Indonesia*. *Al-Ahkam Journal*.
- Pakpahan, E. S. F., et.al. (2024). *Civil liability against business actors committing violations of halal labeling based on Law no. 8 of 1999 concerning consumer protection*. *LEGAL Brief*.

- Purnomo, P. (2024). *Metodologi penelitian dan analisa hukum sebagai instrumen memecahkan permasalahan hukum kontemporer*. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 5(12).
- Sari, M., & Nugroho, B. A. (2025). Penyalahgunaan sertifikat dan logo halal sebagai bentuk pelanggaran hak konsumen. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen*. Politeknik Negeri Jakarta.
- Yanova, M. H., Komarudin, P., & Hadi, H. (2025). *Metode penelitian hukum: Analisis problematika hukum dengan metode penelitian normatif dan empiris*. *Badamai Law Journal*.