Al-Fikroh: Jurnal Pengabdian Masyarakat
https://e-jurnal.publikasiakademikgroup.com/index.php/AFJPEV

Perlindungan Konsumen Muslim melalui Sertifikasi Halal dalam Perspektif Maqāṣid al-Syarī'ah

Andi Mustaqfira Aminuddin[1], Siti Maryam[2], Kurniati[3]
[1,2,3]Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia
Email: [1]*10200124030@uin-alauddin.ac.id,* [2]*10200124024@uin-alauddin.ac.id,* [3]*Kurniati@uin-alauddin.ac.id*

Abstract

Halal certification serves as a crucial legal and social instrument for guaranteeing the rights of Muslim consumers regarding information, assurance of halal status, and product safety. This study aims to analyze the position of halal certification in Muslim consumer protection, its implementation in ensuring product halal status and safety, and its effectiveness from the perspective of Maqāṣid al-Syarī'ah. The research employs a normative-juridical method utilizing statutory, conceptual, and maqāṣidī approaches through a literature review of relevant laws and scholarly works. The findings indicate that halal certification functions not merely as an administrative mark but as a verification and information-provision mechanism that strengthens legal certainty for consumers. Its implementation involves the BPJPH, LPH (Halal Inspection Agencies), halal auditors, halal supervisors, business actors, and oversight mechanisms. However, the effectiveness of this protection remains contingent upon business compliance, halal literacy, supervisory capacity, and the strengthening of law enforcement mechanisms. From the perspective of Maqāṣid al-Syarī'ah, halal certification is primarily linked to the protection of religion (ḥifẓ al-dīn) while simultaneously supporting the protection of life (ḥifẓ al-nafs), intellect (ḥifẓ al-'aql), and property (ḥifẓ al-māl). Therefore, halal certification should be understood as a consumer protection system oriented towards public interest (maslahah), transparency, and sustained oversight.

Keywords: *Halal Certification; Consumer Protection; Muslim Consumers; Maqāṣid al-Syarī'ah; BPJPH.*

Abstrak

Sertifikasi halal merupakan instrumen hukum dan sosial yang penting dalam menjamin hak konsumen Muslim atas informasi, kepastian kehalalan, serta keamanan produk. Penelitian ini bertujuan menganalisis kedudukan sertifikasi halal dalam perlindungan konsumen Muslim, implementasinya dalam menjamin kehalalan dan keamanan produk, serta efektivitasnya ditinjau dari perspektif Maqāṣid al-Syarī'ah. Penelitian menggunakan metode yuridis-normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan maqāṣidī melalui studi kepustakaan terhadap peraturan perundang-undangan dan literatur ilmiah. Hasil kajian menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak sekadar berfungsi sebagai tanda administratif, tetapi sebagai mekanisme verifikasi dan pemberian informasi yang memperkuat kepastian hukum bagi konsumen. Implementasinya melibatkan BPJPH, LPH, auditor halal, penyelia halal, pelaku usaha, serta mekanisme pengawasan. Namun, efektivitas perlindungan masih dipengaruhi oleh kepatuhan pelaku usaha, literasi halal, kapasitas pengawasan, dan penguatan mekanisme penegakan hukum. Dalam perspektif Maqāṣid al-Syarī'ah, sertifikasi halal berhubungan terutama dengan perlindungan agama (ḥifẓ al-dīn), sekaligus mendukung perlindungan jiwa (ḥifẓ al-nafs), akal (ḥifẓ al-'aql), dan harta (ḥifẓ al-māl). Karena itu, sertifikasi halal perlu dipahami sebagai sistem perlindungan konsumen yang berorientasi pada kemaslahatan, transparansi, dan keberlanjutan pengawasan.

Kata kunci: sertifikasi halal; perlindungan konsumen; konsumen Muslim; Maqāṣid al-Syarīʿah; BPJPH.

Pendahuluan

Konsumsi produk halal bagi masyarakat Muslim tidak hanya berkaitan dengan preferensi pasar, tetapi juga dengan pelaksanaan ajaran agama. Dalam kehidupan ekonomi modern, konsumen berhadapan dengan rantai produksi dan distribusi yang semakin kompleks sehingga status halal suatu produk tidak selalu dapat diketahui hanya melalui pengamatan terhadap bentuk fisiknya. Bahan baku, bahan tambahan, proses pengolahan, penyimpanan, pengemasan, distribusi, hingga penyajian dapat menentukan status kehalalan. Karena itu, informasi halal yang dapat dipercaya menjadi bagian penting dari perlindungan konsumen Muslim. Dalam konteks Indonesia, kebutuhan tersebut kemudian memperoleh dasar hukum melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), yang menempatkan negara sebagai penyelenggara jaminan produk halal dan membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai lembaga pemerintah yang berwenang dalam penyelenggaraan JPH (Wahyudi & Zaka, 2020; Prayuti, 2020).

Kerangka hukum tersebut berkembang mengikuti kebutuhan implementasi. Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 mengatur penyelenggaraan JPH, termasuk proses produk halal, lembaga pemeriksa halal, auditor halal, penyelia halal, sertifikasi, label halal, serta pengawasan. Peraturan tersebut kemudian dicabut dan digantikan oleh PP Nomor 42 Tahun 2024. Peraturan terbaru menegaskan bahwa JPH merupakan kepastian hukum terhadap kehalalan produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal dan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia pada prinsipnya wajib bersertifikat halal, sedangkan produk berbahan haram dikecualikan dari kewajiban sertifikasi dan wajib mencantumkan keterangan tidak halal. Perubahan regulasi tersebut menunjukkan bahwa perlindungan konsumen halal tidak berhenti pada penerbitan sertifikat, melainkan mencakup tata kelola sepanjang rantai proses produk halal (Asman & Nilhakim, 2024; Wibowo et al., 2024).[1]

Urgensi persoalan juga terlihat dari perbedaan antara norma hukum dan praktik. Penelitian mengenai efektivitas JPH menunjukkan bahwa masih terdapat pelaku usaha yang belum memahami kewajiban sertifikasi, menghadapi keterbatasan biaya, prosedur, atau pendampingan, dan belum sepenuhnya memahami kewajiban menjaga integritas halal dalam proses produksi (Anzellyta & Fittria, 2022; Widiarty, 2024). Di sisi konsumen, label halal dapat menjadi indikator penting untuk membentuk kepercayaan karena konsumen tidak mungkin memeriksa seluruh bahan dan proses produksi secara mandiri. Studi mengenai perilaku konsumen juga menunjukkan bahwa label halal, pengetahuan halal, religiositas, dan sikap konsumen berhubungan dengan keputusan atau minat membeli produk halal (Sani et al., 2023; Susilawati et al., 2023; Risma et al., 2024). Dengan demikian, sertifikasi halal memiliki dua dimensi sekaligus: sebagai instrumen hukum negara dan sebagai mekanisme pengurangan ketidakpastian informasi dalam transaksi.

Dalam literatur, terdapat beberapa pandangan yang perlu diperhatikan. Sebagian penelitian menekankan bahwa sertifikasi halal memperkuat kepastian hukum, hak informasi, kepercayaan, dan perlindungan konsumen Muslim (Prayuti, 2020; Bhaskara & Purwanto, 2023; Masri et al., 2025). Di sisi lain, penelitian yang lebih kritis menunjukkan bahwa kewajiban administratif belum otomatis menghasilkan perlindungan substantif apabila pengawasan lemah, kepatuhan rendah, atau mekanisme self-declare tidak disertai verifikasi dan pengawasan yang memadai. Fibrianti et al. (2026), misalnya, mengidentifikasi adanya kesenjangan antara kepatuhan administratif dan perlindungan konsumen. Perbedaan ini menunjukkan bahwa efektivitas sertifikasi halal perlu dinilai bukan hanya dari jumlah sertifikat yang diterbitkan, tetapi dari sejauh mana sistem tersebut benar-benar memberikan informasi

[1] Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.

yang dapat dipercaya, mencegah pelanggaran, dan menyediakan mekanisme koreksi ketika terjadi penyimpangan.[2]

Perspektif Maqāṣid al-Syarīʿah relevan untuk memperluas analisis tersebut. Maqāṣid tidak hanya melihat apakah suatu aturan sah secara formal, tetapi menilai tujuan, kemaslahatan, dan dampak aturan bagi kehidupan manusia. Dalam kerangka klasik, kebutuhan primer meliputi perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam pengembangan kontemporer, pendekatan maqāṣid menekankan keterhubungan, keterbukaan, multidimensionalitas, dan tujuan hukum sehingga perlindungan konsumen dapat dibaca sebagai bagian dari pemenuhan hak dan kemaslahatan manusia (Auda, 2008; Auda, 2015). Bhaskara dan Purwanto (2023) menunjukkan bahwa JPH dapat dipahami sebagai perluasan perlindungan konsumen melalui dimensi kebebasan menjalankan keyakinan. Kerangka tersebut penting karena konsumen Muslim tidak hanya membutuhkan produk yang aman secara fisik dan ekonomi, tetapi juga membutuhkan kepastian bahwa konsumsi yang dilakukan tidak bertentangan dengan keyakinan agamanya.

Dalam perspektif pembentukan hukum Islam, perkembangan sosial dan politik turut memengaruhi proses pembentukan serta penerapan hukum sesuai dengan kondisi masyarakat. Kurniati menjelaskan bahwa perkembangan hukum Islam memiliki keterkaitan dengan dinamika sosial-politik dalam pembentukan hukum.[3] Pemikiran tersebut relevan untuk memahami bahwa penyelenggaraan jaminan produk halal perlu memperhatikan kebutuhan masyarakat serta tujuan perlindungan yang hendak dicapai melalui hukum.

Penelitian sebelumnya telah membahas sertifikasi halal dari sisi perlindungan hukum, implementasi, perilaku konsumen, maupun Maqāṣid al-Syarīʿah. Namun, pembahasan yang secara terpadu menghubungkan hak atas informasi, mekanisme implementasi sertifikasi, efektivitas perlindungan, dan ukuran kemaslahatan maqāṣid masih perlu diperkuat. Tulisan ini merespons celah tersebut dengan menempatkan sertifikasi halal sebagai sistem perlindungan konsumen, bukan sekadar label pada kemasan. Analisis diarahkan pada tiga persoalan: kedudukan sertifikasi halal dalam menjamin hak konsumen Muslim atas informasi dan kepastian kehalalan; implementasi sertifikasi sebagai instrumen yang menjamin kehalalan dan keamanan produk; serta efektivitas sertifikasi ditinjau dari tujuan Maqāṣid al-Syarīʿah. Kajian ini diharapkan memberikan manfaat akademik berupa penguatan hubungan antara hukum perlindungan konsumen dan hukum Islam, sekaligus manfaat praktis bagi pemerintah, pelaku usaha, lembaga pemeriksa halal, dan konsumen.

Konsep perlindungan konsumen pada dasarnya bertumpu pada pengakuan bahwa konsumen berada dalam posisi yang memerlukan perlindungan terhadap informasi yang tidak seimbang, risiko produk, dan praktik usaha yang merugikan. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Dalam konteks konsumen Muslim, hak informasi tersebut memiliki dimensi tambahan karena status halal berkaitan dengan kebebasan menjalankan keyakinan. Prayuti (2020) menjelaskan bahwa label berfungsi sebagai sarana informasi mengenai produk, termasuk informasi halal, sehingga pengaturan label halal memiliki fungsi perlindungan. Wahyudi dan Zaka (2020) juga menempatkan sertifikasi halal sebagai bagian dari upaya perlindungan konsumen berdasarkan UU JPH dan UU Perlindungan Konsumen.[4]

---

[2] N. Fibrianti et al., "Halal Certification: The Gap between Administrative Compliance and Consumer Protection," *Journal of Indonesian Legal Studies*, 11(1) (2026), 325–358, https://doi.org/10.15294/jils.v11i1.41884.

[3] Kurniati, "Perkembangan Sosial Politik dalam Tatanan Pembentukan Hukum Islam," *Jurnal Ushuluddin: Media Dialog Pemikiran Islam* 17, no. 1 (2017): 176–189, https://doi.org/10.24252/jumdpi.v17i1.2276.

[4] Y. Prayuti, "Muslim Food Consumer Protection Through The Regulation Of Halal Labels In Indonesia," *Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan*, 8(1) (2020), 17–25, https://doi.org/10.29303/ius.v8i1.716.

Sertifikasi halal berbeda dari sekadar pernyataan sepihak pelaku usaha. Sertifikasi merupakan hasil dari mekanisme penilaian dan penetapan status halal yang memberikan dasar kepercayaan bagi konsumen. Dalam sistem Indonesia, BPJPH memiliki fungsi penyelenggaraan, sedangkan pemeriksaan kehalalan melibatkan Lembaga Pemeriksa Halal dan auditor halal serta mekanisme penetapan halal sesuai ketentuan yang berlaku. Perubahan kelembagaan dari sistem sertifikasi sebelumnya menuju BPJPH menunjukkan upaya negara untuk membangun sistem yang lebih terintegrasi. Fibrianti et al. (2023) menunjukkan bahwa sistem Indonesia sedang mengalami transformasi kelembagaan menuju penguatan peran BPJPH. Asman dan Nilhakim (2024) menegaskan bahwa lahirnya UU JPH menjadikan jaminan halal sebagai bagian dari kewajiban negara.[5]

Literatur tentang efektivitas menunjukkan bahwa sertifikasi halal menghadapi tantangan implementasi. Anzellyta dan Fittria (2022) menemukan bahwa masih terdapat pelaku usaha, terutama UMKM, yang belum mendaftarkan sertifikasi halal. Widiarty (2024) mengidentifikasi hambatan berupa pengetahuan, biaya, kerumitan proses, dan kurangnya pendampingan. Masri et al. (2025) juga menemukan bahwa kerangka hukum telah tersedia tetapi implementasinya menghadapi keterbatasan infrastruktur, pemahaman UMKM, dan penegakan hukum. Dengan demikian, efektivitas hukum perlu dipahami sebagai kemampuan sistem untuk bekerja dalam praktik, bukan hanya keberadaan norma.[6][7]

Dimensi pengawasan menjadi penting karena kehalalan adalah sifat yang dapat berubah apabila terjadi perubahan bahan atau proses. UU JPH dan peraturan pelaksananya mengatur proses produk halal mulai dari bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, sampai penyajian. Aziz et al. (2023) menekankan pentingnya struktur pengawasan dan sanksi dalam menjaga kepatuhan. Hamonangan dan Sakti (2024) menunjukkan bahwa keterangan tidak halal juga memiliki fungsi perlindungan karena memberi informasi yang memungkinkan konsumen membuat pilihan. Azzahrani dan Wulansari (2024) secara khusus membahas perlindungan hak informasi konsumen Muslim terhadap pangan impor yang tidak memiliki label halal.[8]

Literatur perilaku konsumen menunjukkan bahwa label halal mempunyai nilai informasional dan simbolik. Susilawati et al. (2023) menemukan hubungan antara religiositas dan pelabelan halal dengan minat membeli produk nonpangan halal. Sani et al. (2023) menguraikan bahwa religiositas, pengetahuan, sikap, dan label halal dapat memengaruhi intensi membeli. Risma et al. (2024) menemukan bahwa label halal dan religiositas berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan. Temuan-temuan tersebut memperlihatkan bahwa sertifikasi halal dapat membangun kepercayaan, tetapi kepercayaan tersebut tetap bergantung pada kredibilitas lembaga dan keterbukaan informasi.[9][10][11]

Dalam perspektif maqāṣid, Rahayuningsih dan Ghozali (2021) menghubungkan sertifikasi halal dengan maṣlaḥah mursalah, sedangkan Bhaskara dan Purwanto (2023) secara eksplisit menganalisis JPH

[5] N. Fibrianti et al., "Halal Certification Systems: A Comparison Between Indonesia and Turkey," *Pandecta Research Law Journal*, 18(2) (2023), https://doi.org/10.15294/pandecta.v18i2.48095.

[6] W. S. Widiarty, "Legal Effectiveness in the Application of Halal Product Assurance Certification to MSME Business Actors According to Law Number 33 of 2014 concerning Halal Product Assurance," *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(6) (2024), 2617–2626, https://doi.org/10.59141/jist.v5i6.1123.

[7] E. Masri et al., "Halal Product Assurance as Legal Protection for Muslim Consumers in Indonesia," *Al-Ahkam*, 35(1) (2025), 205–234, https://doi.org/10.21580/ahkam.2025.35.1.26384.

[8] N. Aziz et al., "Supervisory Structure and Sanctions for Violations of Halal Product Assurance Regulations in Indonesia," *Journal of Social Science Studies* (2023).

[9] A. A. Sani et al., "Understanding Consumer Behavior: Halal Labeling and Purchase Intentions," *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 5(1) (2023), https://doi.org/10.21580/jdmhi.2023.5.1.16543.

[10] C. Susilawati et al., "The Influence of Religiosity and Halal Labeling on Purchase Intention of Non-Food Halal Products," *Indonesian Journal of Halal Research*, 5(2) (2023), 77–89, https://doi.org/10.15575/ijhar.v5i2.22965.

[11] R. Risma, Rusdiana, dan L. Aisyah, "The Influence of Religiosity and Halal Labeling on the Purchase Decisions of Packaged Food Products," *Journal of Management and Islamic Finance*, 4(1) (2024), https://doi.org/10.22515/jmif.v4i1.9406.

melalui pendekatan sistem Jasser Auda. Mereka menunjukkan bahwa perlindungan konsumen Muslim dapat diperluas melalui prinsip kebebasan kepercayaan dan hak menjalankan ajaran agama. Faika dan Ilyas (2021) juga membahas kewajiban pendaftaran sertifikasi halal dari perspektif Maqāṣid al-Syarīʿah. Kajian ini menjadi pijakan utama untuk melihat sertifikasi halal sebagai instrumen yang memiliki tujuan lebih luas daripada sekadar kepatuhan administratif.

Pendekatan maqāṣid Jasser Auda menempatkan tujuan hukum sebagai inti analisis. Auda (2008) mengembangkan pendekatan sistem yang menekankan wholeness, multidimensionality, openness, dan purposefulness. Dalam konteks sertifikasi halal, prinsip wholeness berarti perlindungan tidak boleh dipisahkan antara aspek agama, kesehatan, ekonomi, informasi, dan kelembagaan. Multidimensionality menuntut agar sertifikasi dilihat dari berbagai sudut kepentingan, sedangkan purposefulness mengharuskan setiap prosedur diarahkan pada tercapainya kemaslahatan. Karena itu, sertifikasi yang hanya menghasilkan dokumen tanpa pengawasan berkelanjutan belum sepenuhnya merealisasikan tujuan maqāṣid.[12]

Dari kajian terdahulu dapat ditemukan tiga kelompok penelitian. Kelompok pertama berfokus pada hukum positif dan hak konsumen; kelompok kedua pada implementasi, kelembagaan, dan perilaku konsumen; kelompok ketiga pada maqāṣid dan hukum Islam. Keterbatasan sebagian penelitian terdahulu adalah pemisahan antara tiga dimensi tersebut. Penelitian ini menggabungkannya dengan menjadikan hak informasi sebagai titik awal, implementasi sertifikasi sebagai mekanisme perlindungan, dan maqāṣid sebagai ukuran substantif efektivitas. Dengan cara tersebut, efektivitas sertifikasi tidak hanya diukur dari ada atau tidaknya label, tetapi dari kemampuan sistem untuk memberikan kepastian, mencegah risiko, menjaga hak keagamaan, serta mewujudkan kemaslahatan konsumen.

Literatur tentang hak informasi juga menegaskan bahwa perlindungan konsumen tidak berhenti pada penyampaian informasi, tetapi mencakup kualitas dan keandalan informasi. Dalam konteks halal, informasi harus bersumber dari proses yang dapat ditelusuri dan diverifikasi. Sertifikat yang tidak didukung integritas proses dapat mengurangi fungsi perlindungan karena konsumen mengandalkan tanda tersebut sebagai credence attribute, yaitu karakteristik produk yang sulit diverifikasi sendiri bahkan setelah pembelian. Oleh sebab itu, lembaga sertifikasi mempunyai peran penting dalam mengubah informasi yang semula sulit diverifikasi menjadi informasi yang mempunyai dasar institusional. Janah dan Yazid (2024) menunjukkan bahwa kredibilitas lembaga sertifikasi, kejelasan standar, dan akses informasi memengaruhi kepercayaan konsumen.

Studi internasional dan komparatif juga memperlihatkan bahwa sertifikasi halal berkaitan dengan standardisasi, pengakuan sertifikat, dan perdagangan lintas negara. Wibowo et al. (2024) menilai bahwa internasionalisasi standar dapat memperkuat perlindungan hak konsumen sekaligus daya saing produk. Sofiana et al. (2021) menunjukkan bahwa Indonesia dan Malaysia sama-sama menghadapi persoalan dalam penyelenggaraan sertifikasi dan perlindungan konsumen, meskipun kerangka kelembagaannya memiliki karakteristik yang berbeda. Literatur ini memperlihatkan bahwa efektivitas sertifikasi dipengaruhi oleh kualitas institusi dan kemampuan negara menjaga konsistensi standar, bukan hanya oleh adanya aturan wajib.[13][14]

---

[12] J. Auda, *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach* (London: International Institute of Islamic Thought, 2008).

[13] D. E. Wibowo et al., "Internationalization of Halal Product Assurance Standards in Indonesia in Ensuring Consumer Rights: Implications and Orientation," *Jurnal Suara Hukum*, 6(2) (2024), 356–384, https://doi.org/10.26740/jsh.v6n2.p356-384.

[14] R. Sofiana, S. Utama, dan A. Rohim, "The Problems of Halal Certification Regarding Consumer Protection in Malaysia and Indonesia," *Journal of Human Rights, Culture and Legal System*, 1(3) (2021), https://doi.org/10.53955/jhcls.v1i3.16.

Di sisi lain, penelitian tentang perilaku pembelian memperlihatkan bahwa label halal tidak bekerja dalam ruang kosong. Konsumen menilai label bersama faktor religiositas, pengetahuan, harga, kualitas, citra merek, dan pengalaman. Temuan tersebut penting bagi penelitian hukum karena menunjukkan bahwa sertifikasi mempunyai fungsi informasi dan kepercayaan, tetapi keputusan konsumen tetap dipengaruhi faktor lain. Karena itu, perlindungan konsumen tidak seharusnya dibebankan seluruhnya kepada label halal. Edukasi, transparansi, pengawasan, dan mekanisme pengaduan tetap diperlukan agar konsumen tidak memahami sertifikat secara berlebihan sebagai jaminan atas seluruh karakteristik produk.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan sifat deskriptif-analitis. Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (statute approach), pendekatan konseptual (conceptual approach), dan pendekatan maqāṣid al-syarīʿah. Sumber data primer terdiri atas Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Sumber sekunder berupa artikel jurnal ilmiah, buku, dan publikasi akademik yang relevan dengan sertifikasi halal, perlindungan konsumen, dan Maqāṣid al-Syarīʿah. Data dikumpulkan melalui studi kepustakaan dengan menelusuri regulasi dan literatur yang relevan, kemudian dianalisis secara kualitatif menggunakan teknik content analysis. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi norma mengenai hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, mekanisme sertifikasi, pengawasan, dan sanksi; selanjutnya norma tersebut dipertautkan dengan konsep kemaslahatan dan tujuan Maqāṣid al-Syarīʿah. Penelitian ini tidak melakukan survei lapangan sehingga kesimpulan mengenai efektivitas diarahkan pada efektivitas normatif dan temuan implementasi yang telah dilaporkan dalam penelitian terdahulu.

PEMBAHASAN

Kedudukan Sertifikasi Halal dalam Menjamin Hak Konsumen Muslim terhadap Informasi dan Kepastian Kehalalan Produk

Kedudukan sertifikasi halal dalam menjamin hak konsumen Muslim. Sertifikasi halal mempunyai kedudukan sebagai instrumen jaminan hukum yang mengubah status halal dari sekadar klaim menjadi informasi yang memperoleh legitimasi melalui mekanisme negara. PP Nomor 42 Tahun 2024 mendefinisikan JPH sebagai kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal. Dengan demikian, sertifikat tidak hanya mempunyai fungsi identifikasi, tetapi juga fungsi pembuktian dan pemberian kepastian. Kedudukan tersebut melengkapi UU Perlindungan Konsumen yang memberikan hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur. Bagi konsumen Muslim, informasi halal merupakan informasi material karena dapat menentukan apakah produk sesuai dengan keyakinan yang dianut.[15]

Dari perspektif perlindungan konsumen, informasi halal mengurangi ketimpangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha memiliki akses langsung terhadap komposisi bahan, pemasok, proses produksi, dan rantai distribusi, sedangkan konsumen umumnya hanya melihat produk akhir. Dalam kondisi seperti ini, konsumen tidak mungkin memverifikasi sendiri seluruh proses. Sertifikasi menjadi mekanisme institusional untuk memindahkan sebagian fungsi verifikasi dari konsumen kepada sistem pemeriksaan yang dibangun negara. Oleh karena itu, nilai perlindungannya terletak pada kredibilitas proses pemeriksaan, akurasi informasi, dan konsistensi pengawasan, bukan semata-mata pada keberadaan logo.

[15] Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.

Prayuti (2020) menempatkan label halal sebagai alat informasi dan perlindungan hukum bagi konsumen Muslim. Azzahrani dan Wulansari (2024) memperluas persoalan tersebut pada produk impor, ketika konsumen menghadapi barang dari yurisdiksi yang berbeda dan tidak selalu mengetahui proses produksi atau status bahannya. Dalam konteks perdagangan global, informasi halal menjadi semakin penting karena konsumen tidak mempunyai kemampuan untuk mengetahui seluruh standar produksi negara asal. Wibowo et al. (2024) menilai bahwa penguatan dan harmonisasi standar halal juga berhubungan dengan pemenuhan hak konsumen dan kepastian hukum. Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki fungsi perlindungan pada level domestik sekaligus relevansi pada perdagangan lintas negara.[16][17]

Namun, hak atas informasi tidak hanya berarti konsumen memperoleh label. Informasi harus dapat dipercaya dan mudah diverifikasi. Perkembangan layanan digital membuka peluang untuk memperkuat fungsi tersebut melalui basis data sertifikasi dan sistem pemeriksaan digital. Studi mengenai blockchain-based halal certification menunjukkan adanya minat konsumen terhadap teknologi yang dapat meningkatkan transparansi dan keterlacakan sertifikat (2024). Dengan demikian, digitalisasi dapat memperkuat hak informasi apabila data sertifikasi dapat diakses, akurat, mutakhir, dan terhubung dengan mekanisme pengawasan. Sebaliknya, digitalisasi tanpa pembaruan data dan verifikasi dapat menciptakan rasa aman semu.

Implementasi Sertifikasi Halal sebagai Instrumen Perlindungan Konsumen dalam Menjamin Kehalalan dan Keamanan Produk yang Beredar di Masyarakat

Implementasi sertifikasi halal sebagai instrumen perlindungan. Implementasi JPH melibatkan beberapa aktor dengan fungsi yang berbeda. BPJPH berperan dalam penyelenggaraan administrasi dan sertifikasi; LPH dan auditor halal melakukan pemeriksaan sesuai kewenangan; pelaku usaha berkewajiban memenuhi ketentuan proses produk halal; penyelia halal berperan menjaga pelaksanaan proses halal di internal usaha; sedangkan pengawasan dilakukan untuk memastikan kepatuhan. Struktur tersebut memperlihatkan bahwa sertifikasi halal merupakan sistem, bukan kegiatan administratif satu kali.

PP Nomor 42 Tahun 2024 menegaskan cakupan proses produk halal yang meliputi bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian. Cakupan tersebut penting karena status halal dapat rusak akibat kontaminasi atau pencampuran dalam rantai pasok. Perlindungan konsumen karena itu tidak cukup dilakukan pada tahap pemeriksaan bahan. Integritas halal harus dipelihara sepanjang proses. Dalam perspektif maqāṣid, mekanisme ini mencerminkan pendekatan menyeluruh karena objek perlindungan tidak dipersempit pada produk akhir.[18]

Sistem sertifikasi juga membedakan antara produk halal dan produk yang berasal dari bahan haram. Produk yang berasal dari bahan yang diharamkan tidak dipaksa menjadi halal, tetapi wajib diberi keterangan tidak halal. Pendekatan ini penting bagi perlindungan konsumen karena tujuan negara bukan menghapus seluruh produk nonhalal, melainkan memastikan konsumen memperoleh informasi yang memungkinkan pilihan sadar. Hamonangan dan Sakti (2024) menegaskan pentingnya keterangan nonhalal sebagai instrumen transparansi. Dari sudut hak konsumen, prinsip tersebut sejalan dengan kebebasan memilih berdasarkan informasi.

Tantangan utama implementasi terletak pada kepatuhan dan pengawasan. Penelitian Anzellyta dan Fittria (2022) menunjukkan masih adanya pelaku UMKM yang belum mendaftarkan produk. Widiarty

[16] Y. Prayuti, "Muslim Food Consumer Protection Through The Regulation Of Halal Labels In Indonesia," *Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan*, 8(1) (2020), 17–25, https://doi.org/10.29303/ius.v8i1.716.

[17] D. E. Wibowo et al., "Internationalization of Halal Product Assurance Standards in Indonesia in Ensuring Consumer Rights: Implications and Orientation," *Jurnal Suara Hukum*, 6(2) (2024), 356–384, https://doi.org/10.26740/jsh.v6n2.p356-384.

[18] Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.

(2024) mengidentifikasi persoalan pengetahuan, biaya, prosedur, dan pendampingan. Masri et al. (2025) juga mencatat keterbatasan infrastruktur, pemahaman UMKM, dan penegakan hukum. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kewajiban hukum tidak otomatis menghasilkan kepatuhan. Dalam sistem perlindungan konsumen, negara perlu memastikan bahwa prosedur sertifikasi cukup mudah untuk dipatuhi tetapi tetap mempunyai verifikasi yang memadai.[19][20]

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Widianti, Kurniati, dan Mustafa mengenai implementasi kebijakan sertifikasi halal pada restoran dan kafe di Kota Singkawang. Penelitian tersebut membahas kendala pelaksanaan sertifikasi halal serta implikasinya terhadap keberlangsungan usaha. Hal ini memperkuat pandangan bahwa efektivitas sertifikasi halal memerlukan sosialisasi yang berkelanjutan, pemahaman pelaku usaha, kemudahan proses sertifikasi, dan pengawasan yang memadai.[21]

Mekanisme self-declare memperlihatkan kebutuhan keseimbangan antara kemudahan dan jaminan. Self-declare dapat memperluas akses UMKM terhadap sertifikasi karena biaya dan prosedur dapat ditekan. Akan tetapi, mekanisme tersebut dapat menimbulkan risiko jika tidak disertai kriteria yang jelas, pendampingan, verifikasi berbasis risiko, dan pengawasan pascasertifikasi. Fibrianti et al. (2026) menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara kepatuhan administratif dan perlindungan substantif, terutama ketika mekanisme deklarasi lebih bergantung pada kejujuran pelaku usaha. Karena itu, efektivitas self-declare sebaiknya tidak dinilai secara biner, tetapi berdasarkan kemampuan sistem mengidentifikasi dan mengoreksi risiko.[22]

Pengawasan menjadi komponen yang menentukan keberlanjutan perlindungan. Sertifikat yang diterbitkan pada suatu waktu tidak dengan sendirinya menjamin bahwa produk akan selalu halal apabila bahan, pemasok, tempat produksi, atau proses berubah. Aziz et al. (2023) menekankan pentingnya struktur pengawasan dan sanksi. Dengan demikian, pengawasan perlu dilaksanakan secara berkala dan berbasis risiko, disertai mekanisme pengaduan masyarakat dan koordinasi antarlembaga. Partisipasi masyarakat juga penting karena konsumen dapat menjadi sumber informasi awal terhadap dugaan pelanggaran.[23]

Efektivitas Sertifikasi Halal sebagai Instrumen Perlindungan Konsumen Ditinjau dari Perspektif Maqāṣid al-Syarī'ah

Efektivitas sertifikasi dalam perspektif Maqāṣid al-Syarī'ah. Tujuan pertama yang paling langsung adalah ḥifẓ al-dīn atau perlindungan agama. Konsumsi halal merupakan bagian dari kepatuhan terhadap ajaran Islam. Sertifikasi memberikan kondisi yang memungkinkan konsumen menjalankan pilihan konsumsi berdasarkan keyakinan secara lebih aman. Bhaskara dan Purwanto (2023) menunjukkan bahwa UU JPH dapat dipahami sebagai perluasan dimensi perlindungan konsumen melalui kebebasan kepercayaan dan hak menjalankan ajaran agama. Dengan kerangka ini, hak konsumen Muslim terhadap produk halal bukan sekadar preferensi komersial, tetapi berkaitan dengan kebebasan menjalankan keyakinan.

---

[19] W. S. Widiarty, "Legal Effectiveness in the Application of Halal Product Assurance Certification to MSME Business Actors According to Law Number 33 of 2014 concerning Halal Product Assurance," *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(6) (2024), 2617–2626, https://doi.org/10.59141/jist.v5i6.1123.

[20] E. Masri et al., "Halal Product Assurance as Legal Protection for Muslim Consumers in Indonesia," *Al-Ahkam*, 35(1) (2025), 205–234, https://doi.org/10.21580/ahkam.2025.35.1.26384.

[21] Anyta Widianti, Kurniati, dan Zulhas'ari Mustafa, "Implementasi Kebijakan Sertifikasi Halal dan Implikasinya terhadap Keberlangsungan Usaha pada Restoran dan Cafe di Kota Singkawang," *JIOSE: Journal of Indonesian Sharia Economics* 4, no. 2 (2025): 109–124, https://doi.org/10.35878/jiose.v4i2.1735.

[22] N. Fibrianti et al., "Halal Certification: The Gap between Administrative Compliance and Consumer Protection," *Journal of Indonesian Legal Studies*, 11(1) (2026), 325–358, https://doi.org/10.15294/jils.v11i1.41884.

[23] N. Aziz et al., "Supervisory Structure and Sanctions for Violations of Halal Product Assurance Regulations in Indonesia," *Journal of Social Science Studies* (2023).

Tujuan kedua adalah ḥifẓ al-nafs atau perlindungan jiwa. Konsep halal tidak identik dengan keamanan pangan, tetapi sistem jaminan halal dapat beririsan dengan aspek keamanan, kebersihan, dan kualitas produk. Pemeriksaan proses dan bahan dapat mengurangi risiko penggunaan bahan yang tidak sesuai atau kontaminasi. Namun, tidak tepat menyatakan bahwa sertifikat halal sendirian menjamin seluruh aspek keamanan pangan. Keamanan juga bergantung pada regulasi kesehatan, standar produksi, pengawasan BPOM, sanitasi, dan ketentuan teknis lainnya. Karena itu, hubungan antara sertifikasi halal dan ḥifẓ al-nafs bersifat komplementer, bukan substitutif.

Tujuan ketiga adalah ḥifẓ al-ʿaql atau perlindungan akal. Dalam konteks ini, perlindungan dapat dipahami melalui hak konsumen memperoleh informasi yang benar sehingga keputusan konsumsi dibuat secara sadar. Informasi yang tidak jelas atau label yang menyesatkan dapat mengurangi kemampuan konsumen mengambil keputusan yang sesuai dengan keyakinan dan kepentingannya. Dengan demikian, transparansi sertifikasi, akses data, dan edukasi halal merupakan bagian dari kemaslahatan. Pendekatan ini memperluas pemahaman bahwa perlindungan konsumen tidak hanya menyangkut kerugian materi, tetapi juga kualitas keputusan yang dibuat berdasarkan informasi.

Tujuan keempat adalah ḥifẓ al-māl atau perlindungan harta. Konsumen mengeluarkan uang berdasarkan ekspektasi tertentu terhadap produk. Jika suatu produk menggunakan klaim halal yang tidak benar, konsumen dapat mengalami kerugian ekonomi karena membayar untuk karakteristik yang sebenarnya tidak terpenuhi. Sertifikasi yang kredibel mengurangi risiko tersebut. Di sisi lain, pelaku usaha juga mempunyai kepentingan ekonomi untuk memperoleh akses pasar. Sistem sertifikasi yang adil dan terjangkau dapat menciptakan keseimbangan antara perlindungan konsumen dan kesempatan berusaha.

Dalam pendekatan maqāṣid kontemporer, efektivitas harus dilihat secara holistik. Auda (2008; 2015) menekankan wholeness dan multidimensionality. Prinsip ini berarti keberhasilan sertifikasi halal tidak cukup diukur dari jumlah sertifikat. Ukuran yang lebih substantif meliputi: tersedianya informasi yang dapat dipercaya; integritas proses produk halal; kemampuan pengawasan; kepatuhan pelaku usaha; akses konsumen terhadap mekanisme pengaduan; serta kemampuan negara memperbaiki pelanggaran. Jika salah satu unsur lemah, maka tujuan perlindungan dapat berkurang.

Perbandingan dengan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penelitian hukum terdahulu cenderung menilai sertifikasi dari aspek legalitas dan prosedur, sedangkan penelitian perilaku konsumen lebih banyak menilai pengaruh label terhadap minat atau keputusan pembelian. Penelitian Bhaskara dan Purwanto (2023) telah menghubungkan JPH dengan Maqāṣid Jasser Auda, sedangkan penelitian Masri et al. (2025) menyoroti tantangan implementasi. Penelitian ini mempertemukan kedua jalur tersebut dengan menempatkan hak informasi sebagai mekanisme penghubung antara norma hukum dan maqāṣid. Dengan demikian, efektivitas tidak hanya berarti kepatuhan terhadap aturan, tetapi kemampuan sistem menghasilkan kemaslahatan nyata.[24]

Orientasi kemaslahatan dalam perspektif Maqāṣid al-Syarīʿah juga dapat dikaitkan dengan kajian Kasim, Kurniati, dan Mustafa mengenai mediasi syariah. Kajian tersebut membahas penyelesaian sengketa berdasarkan perspektif Maqāṣid al-Syarīʿah.[25] Meskipun berfokus pada mediasi, kajian ini dapat digunakan sebagai penguatan konseptual bahwa suatu mekanisme hukum perlu dinilai berdasarkan tujuan dan manfaat substantifnya. Dalam konteks sertifikasi halal, prinsip tersebut relevan untuk menilai apakah sistem sertifikasi benar-benar memberikan kepastian informasi dan perlindungan kepada konsumen Muslim, bukan sekadar memenuhi persyaratan administratif.

[24] E. Masri et al., "Halal Product Assurance as Legal Protection for Muslim Consumers in Indonesia," *Al-Ahkam*, 35(1) (2025), 205–234, https://doi.org/10.21580/ahkam.2025.35.1.26384.

[25] Sri Wahyuni Kasim, Kurniati, dan Zulhasari Mustafa, "Mediasi Syariah: Studi terhadap Penyelesaian Sengketa Kontemporer Perspektif Maqasyid Syariah," *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah* 7, no. 4 (2026): 4271–4290, https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v7i4.69340.

Temuan tersebut juga menunjukkan bahwa sertifikasi halal perlu dipahami sebagai proses berkelanjutan. Pada tahap awal, sertifikasi memberikan kepastian dan informasi. Pada tahap berikutnya, pengawasan memastikan kepastian tersebut tetap valid. Jika ditemukan pelanggaran, sanksi dan mekanisme koreksi menjaga kredibilitas sistem. Setelah itu, edukasi meningkatkan literasi konsumen dan pelaku usaha. Siklus tersebut sejalan dengan pendekatan sistem karena perlindungan tidak berdiri pada satu lembaga atau satu tahap. Kinerja BPJPH, LPH, pelaku usaha, pemerintah daerah, lembaga terkait, dan masyarakat harus saling mendukung.

Berdasarkan keseluruhan analisis, efektivitas sertifikasi halal dapat dinilai sebagai efektif secara normatif karena telah menyediakan dasar hukum, mekanisme sertifikasi, kewajiban pelaku usaha, pengawasan, serta instrumen informasi. Namun, efektivitas substantif masih membutuhkan penguatan. Literatur terbaru menunjukkan adanya persoalan kepatuhan, pengawasan, literasi, dan penegakan hukum. Karena itu, ukuran efektivitas harus bersifat bertingkat: pertama, kepastian norma; kedua, kemudahan dan akses sertifikasi; ketiga, validitas dan integritas sertifikat; keempat, pengawasan pascasertifikasi; dan kelima, kemampuan sistem memberikan pemulihan ketika konsumen dirugikan. Pendekatan tersebut lebih sesuai dengan maqāṣid karena berorientasi pada tujuan akhir, yaitu kemaslahatan dan perlindungan manusia.

Implikasi praktisnya adalah perlunya penguatan basis data halal yang mudah diverifikasi masyarakat, peningkatan edukasi bagi UMKM, pendampingan proses sertifikasi, pengawasan berbasis risiko, koordinasi BPJPH dengan lembaga terkait, serta penerapan sanksi secara konsisten. Pengembangan teknologi juga dapat diarahkan pada keterlacakan bahan dan sertifikat. Namun, teknologi tidak menggantikan fungsi pemeriksaan dan pengawasan manusia. Kredibilitas tetap ditentukan oleh kualitas standar, auditor, lembaga pemeriksa, integritas pelaku usaha, dan respons negara terhadap pelanggaran.

Dengan demikian, sertifikasi halal dalam perspektif Maqāṣid al-Syarīʿah bukan sekadar instrumen untuk menentukan halal atau tidak halal suatu produk. Ia merupakan mekanisme perlindungan yang menghubungkan hak beragama, hak informasi, kesehatan, keamanan transaksi, dan perlindungan harta. Tujuan tersebut dapat dicapai apabila sertifikasi diposisikan sebagai sistem yang transparan, dapat diverifikasi, diawasi secara berkelanjutan, dan berorientasi pada kemaslahatan. Pendekatan ini juga menjaga keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga sertifikasi tidak hanya menjadi kewajiban administratif, tetapi menjadi standar kepercayaan dalam kegiatan ekonomi.

KESIMPULAN

Sertifikasi halal mempunyai kedudukan penting sebagai instrumen perlindungan konsumen Muslim karena memberikan kepastian hukum dan informasi yang dapat digunakan konsumen untuk menentukan pilihan sesuai keyakinannya. Kedudukan tersebut memperluas makna hak atas informasi dalam hukum perlindungan konsumen, sebab bagi konsumen Muslim informasi mengenai halal merupakan informasi yang material. Implementasi sertifikasi halal di Indonesia telah dibangun melalui sistem kelembagaan yang melibatkan BPJPH, LPH, auditor halal, pelaku usaha, penyelia halal, dan mekanisme pengawasan. Sistem tersebut mencakup proses yang lebih luas daripada pemberian label, yaitu bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, distribusi, penjualan, dan penyajian. Namun, efektivitas substantif masih dipengaruhi oleh tingkat kepatuhan pelaku usaha, literasi halal, akses sertifikasi, kualitas pengawasan, dan penegakan hukum. Karena itu, keberhasilan sertifikasi tidak cukup diukur berdasarkan jumlah sertifikat, tetapi harus dilihat dari kemampuan sistem menjaga integritas halal dan memberikan pemulihan apabila terjadi pelanggaran. Dalam perspektif Maqāṣid al-Syarīʿah, sertifikasi halal terutama merealisasikan ḥifẓ al-dīn, serta mendukung ḥifẓ al-nafs, ḥifẓ al-ʿaql, dan ḥifẓ al-māl. Pendekatan maqāṣid menuntut agar sertifikasi dipahami secara holistik dan multidimensional sebagai sarana mencapai kemaslahatan.

Saran penelitian dan kebijakan diarahkan pada penguatan pengawasan pascasertifikasi, peningkatan literasi halal masyarakat dan pelaku UMKM, penyederhanaan layanan tanpa mengurangi kualitas

verifikasi, pengembangan sistem digital yang memungkinkan konsumen memeriksa keabsahan sertifikat, serta peningkatan koordinasi antara BPJPH dan lembaga terkait. Penelitian berikutnya dapat menguji efektivitas implementasi sertifikasi halal secara empiris pada sektor atau wilayah tertentu, termasuk membandingkan persepsi konsumen, pelaku usaha, dan lembaga pemeriksa halal.

Dengan demikian, efektivitas sertifikasi halal bersifat kondisional: kuat secara normatif, tetapi keberhasilan substantif bergantung pada integritas proses dan pengawasan. Perspektif maqāṣid memberikan ukuran bahwa setiap penyederhanaan prosedur harus tetap menjaga tujuan perlindungan dan tidak mengorbankan hak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Ghazālī, A. H. (1993). *Al-Mustaṣfā min ʻIlm al-Uṣūl*. Beirut: Dār al-Kutub al-ʻIlmiyyah.

Auda, J. (2008). *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach*. London: International Institute of Islamic Thought.

Auda, J. (2013). *Al-Maqāṣid untuk Pemula*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.

Auda, J. (2015). *Membumikan Hukum Islam melalui Maqasid Syariah: Pendekatan Sistem*. Bandung: Mizan.

Ibn ʻĀsyūr, M. T. (2006). *Treatise on Maqasid al-Shariah*. London: International Institute of Islamic Thought.

Zulham. (2018). *Peran Negara dalam Perlindungan Konsumen Muslim terhadap Produk Halal*. Jakarta: Kencana.

Anzellyta, T., & Fittria, A. (2022). The Effectiveness of The Halal Product Guarantee Law on Business Awareness in Registration of Halal Certification in Indonesia. *Walisongo Law Review*, *4*(1). https://doi.org/10.21580/walrev.2022.4.1.11272

Aziz, N., Hardyansah, R., Herisasono, A., Khayru, R. K., & Suwito. (2023). Supervisory Structure and Sanctions for Violations of Halal Product Assurance Regulations in Indonesia. *Journal of Social Science Studies*.

Asman, A., & Nilhakim. (2024). Halal Certification Implementation System After The Issuance Of Law Number 33 Of 2014 Concerning Halal Product Assurance In Indonesia. *ASAS*, *16*(2), 161–178. https://doi.org/10.24042/asas.v16i2.22519

Azzahrani, R. F., & Wulansari, R. (2024). Protection of Muslim Consumers' Right To Information on Imported Food Without Halal Labeling. *Journal of Private and Commercial Law*, *1*(2). https://doi.org/10.20885/JPCOL.vol1.iss2.art4

Bhaskara, R. Y., & Purwanto, M. R. (2023). Perlindungan Konsumen Muslim: Jaminan Produk Halal Perspektif Maqasid Syari'ah Jasser Auda. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, *18*(2), 103–112. https://doi.org/10.31603/cakrawala.9691

Faika, S. N., & Ilyas, M. (2021). Kewajiban Pendaftaran Sertifikasi Halal Pada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal: Perspektif Maqāṣid Al-Syarī'ah. *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab dan Hukum*. https://doi.org/10.24252/shautuna.v2i2.18842

Fatmawati, I., & Hasibuan, S. A. (2022). Urgensi Pendaftaran Sertifikasi Produk Halal sebagai Implementasi Undang-Undang Jaminan Produk Halal di Indonesia. *Bandung Conference Series: Law Studies*, *2*(2), 1355–1364. https://doi.org/10.29313/bcsls.v2i2.4869

Fibrianti, N., Niravita, A., Rahayu, S. A. P., Damayanti, R., & Ningsih, A. S. (2023). Halal Certification Systems: A Comparison Between Indonesia and Turkey. *Pandecta Research Law Journal*, *18*(2). https://doi.org/10.15294/pandecta.v18i2.48095

Fibrianti, N., Riyanto, R. B., Mustofa, U., Kusumawardhani, S. C. B., & Novita, A. (2026). Halal Certification: The Gap between Administrative Compliance and Consumer Protection. *Journal of Indonesian Legal Studies*, *11*(1), 325–358. https://doi.org/10.15294/jils.v11i1.41884

Hamonangan, J., & Sakti, M. (2024). The Consumer Protection Efforts through the Inclusion of Non-Halal Information on Food Products. *Law Development Journal*, *6*(2).

Janah, N. N., & Yazid, M. (2024). The Role of Halal Certification Bodies in Ensuring Consumer Confidence: A Multi-Site Study in Indonesia. *Al Ahkam*, *20*(2), 218–235. https://doi.org/10.37035/ajh.v20i2.11374

Khairuddin, K., & Zaki, M. (2021). Progres Sertifikasi Halal di Indonesia: Studi pada BPJPH Kementerian Agama dan LPPOM MUI Pusat. *Asas: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, *13*(1), 101–121. https://doi.org/10.24042/asas.v13i1.9352

Khasanah, K., Yaqin, A., & Rukmini, N. V. N. (2026). Digital Halal Assurance: A Comparison of Consumer Protection in Indonesia and Malaysia. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*. https://doi.org/10.24235/9bnkcm96

Masri, E., Irianto, S., Masriani, Y. T., & Falah, S. M. S. (2025). Halal Product Assurance as Legal Protection for Muslim Consumers in Indonesia. *Al-Ahkam*, *35*(1), 205–234. https://doi.org/10.21580/ahkam.2025.35.1.26384

Mohammad, M. F. M. (2021). The Pengaturan Sertifikasi Jaminan Produk Halal di Indonesia. *Kertha Wicaksana*, *15*(2), 149–157. https://doi.org/10.22225/kw.15.2.2021.149-157

Prayuti, Y. (2020). Muslim Food Consumer Protection Through The Regulation Of Halal Labels In Indonesia. *Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan*, *8*(1), 17–25. https://doi.org/10.29303/ius.v8i1.716

Pribadi, S., & Fitriana, D. (2022). Kepastian Hukum terhadap Label dan Sertifikasi Halal Produk Pangan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. *Logika: Jurnal Penelitian Universitas Kuningan*, *13*(2), 202–208. https://doi.org/10.25134/logika.v13i02.7176

Purwanto, H., Jati, S., & Rofiq, A. (2021). Policy Analysis of Enforcement of Halal Product Guarantee Regulations Through The Regulatory Impact Analysis (RIA) Approach. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, *3*(2). https://doi.org/10.21580/jdmhi.2021.3.2.9345

Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(1), 135–145. https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929

Rahma, P., & Irwansyah, I. (2023). Consumer Protection against the Marketing of Jangek Cracker Products Not Halal Certified in Terms of Law Number 33 of 2014 Concerning Halal Product Assurance. *AL-FALAH: Journal of Islamic Economics*, *8*(2), 253–270. https://doi.org/10.29240/alfalah.v8i2.8485

Risma, R., Rusdiana, & Aisyah, L. (2024). The Influence of Religiosity and Halal Labeling on the Purchase Decisions of Packaged Food Products. *Journal of Management and Islamic Finance*, *4*(1). https://doi.org/10.22515/jmif.v4i1.9406

Sani, A. A., Rahmayanti, D., Kamal, A. H., Ilmiah, D., & Abdullah, N. B. (2023). Understanding Consumer Behavior: Halal Labeling and Purchase Intentions. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, *5*(1). https://doi.org/10.21580/jdmhi.2023.5.1.16543

Susilawati, C., Joharudin, A., Abduh, M., & Sonjaya, A. (2023). The Influence of Religiosity and Halal Labeling on Purchase Intention of Non-Food Halal Products. *Indonesian Journal of Halal Research*, *5*(2), 77–89. https://doi.org/10.15575/ijhar.v5i2.22965

Sofiana, R., Utama, S., & Rohim, A. (2021). The Problems of Halal Certification Regarding Consumer Protection in Malaysia and Indonesia. *Journal of Human Rights, Culture and Legal System*, *1*(3). https://doi.org/10.53955/jhcls.v1i3.16

Wahyudi, D., & Zaka, K. P. (2020). Halal Certification Guarantee as a Consumer Protection Efforts. *Journal of Islamic Economic Scholar*, *1*(1), 98–112. https://doi.org/10.14421/jies.2020.1.1.98-112

Wibowo, D. E., Soeharto, A., Taufiq, Kunantiyorini, A., Prematura, A. M., & Begishev, I. (2024). Internationalization of Halal Product Assurance Standards in Indonesia in Ensuring Consumer

Rights: Implications and Orientation. *Jurnal Suara Hukum*, *6*(2), 356–384. https://doi.org/10.26740/jsh.v6n2.p356-384

Widiarty, W. S. (2024). Legal Effectiveness in the Application of Halal Product Assurance Certification to MSME Business Actors According to Law Number 33 of 2014 concerning Halal Product Assurance. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, *5*(6), 2617–2626. https://doi.org/10.59141/jist.v5i6.1123

Susilawati, C., Joharudin, A., Abduh, M., & Sonjaya, A. (2023). The Influence of Religiosity and Halal Labeling on Purchase Intention of Non-Food Halal Products. *Indonesian Journal of Halal Research*, *5*(2), 77–89.

Az-Zuhdiyyah, H. A., & Aisyah. (2024). Does Halal Label Increase Product Sales? *ASEAN Journal of Halal Study*, *1*(1), 36–41. https://doi.org/10.26740/ajhs.v1i1.34872

Peraturan Perundang-undangan

Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.*

Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.*

Republik Indonesia. (2024). *Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.*

Kasim, Sri Wahyuni, Kurniati, dan Zulhasari Mustafa. "Mediasi Syariah: Studi terhadap Penyelesaian Sengketa Kontemporer Perspektif Maqasyid Syariah." *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah* 7, no. 4 (2026): 4271–4290. https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v7i4.69340.

Kurniati. "Perkembangan Sosial Politik dalam Tatanan Pembentukan Hukum Islam." *Jurnal Ushuluddin: Media Dialog Pemikiran Islam* 17, no. 1 (2017): 176–189. https://doi.org/10.24252/jumdpi.v17i1.2276.

Widianti, Anyta, Kurniati, dan Zulhas'ari Mustafa. "Implementasi Kebijakan Sertifikasi Halal dan Implikasinya terhadap Keberlangsungan Usaha pada Restoran dan Cafe di Kota Singkawang." *JIOSE: Journal of Indonesian Sharia Economics* 4, no. 2 (2025): 109–124. https://doi.org/10.35878/jiose.v4i2.1735.