

Peran Negara dalam Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia

Mabarroh Azizah

Fakultas Syariah UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto

Email: mabarroh@uinsaizu.ac.id

Abstrak

Artikel ini bertujuan mengetahui peran negara dalam menjamin dan melindungi konsumen muslim di Indonesia untuk mendapatkan produk halal. Artikel ini merupakan penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif dilakukan dengan menggali asas-asas dan norma-norma. Kesimpulan artikel ini adalah bahwa peran negara dalam perlindungan konsumen muslim dari produk yang diharamkan dapat dilihat dari dua perspektif yaitu perspektif Islam dan perspektif konstitusi Indonesia. Perspektif Islam maka perlindungan ini hukumnya wajib, begitu juga dalam perspektif konstitusi Indonesia bahwa peran negara memfasilitasi konsumen muslim dalam mendapatkan produk halal telah diuraikan di pasal 29 UUD NRI 1945 yang merupakan justifikasi dari peran negara dalam menjamin perlindungan konsumen muslim dari produk yang diharamkan. Hal ini merupakan public interest guna menciptakan welfare state.

Kata Kunci: *Peran negara, konsumen muslim*

Abstract

This article aims to describe the state's role in guaranteeing and protecting Muslim consumers in Indonesia to obtain halal products. This article is a normative legal research which is conducted by exploring principles and norms. The conclusion of this article is that the role of the state in protecting Muslim consumers from prohibited products can be seen from two perspectives, namely the Islamic perspective and the Indonesian constitution perspective. From an Islamic perspective, this protection is obligatory, as well as in the perspective of the Indonesian constitution that the role of the state in facilitating Muslim consumers in obtaining halal products has been described in Article 29 of the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia which is a justification of the state's role in ensuring the protection of Muslim consumers from products that are forbidden. This is a public interest to create a welfare state.

Keywords: *state's role, muslim consumers*

Sejarah Artikel

Dikirim: 20 Oktober 2021

Direview: 02 November 2021

Diterima: 07 November 2021

Diterbitkan: 12 November 2021

PENDAHULUAN

Konsumsi dalam hukum Islam, selain untuk memenuhi kebutuhan dan mempertahankan hidup, juga mencerminkan pola hubungan dengan Allah. Bahwa setiap pergerakannya dalam mengonsumsi adalah manifestasi dzikir

atas nama Allah.¹ Larangan konsumsi produk haram tidak hanya berdasarkan rasionalisme semata, tetapi juga didasarkan pada aspek kerohanian, sosial dan lingkungan.² Perintah mengkonsumsi makanan yang *halalan* dan *thayyiban* sejatinya merupakan perwujudan takwa. Gagasan fundamental konsumsi dalam Islam bukanlah menjadikan konsumsi sebagai fokus seluruh aktivitas, namun konsumsi harus didapatkan dan digunakan untuk mendapatkan derajat tertinggi dalam kepatuhan kepada Allah. Demikian juga dengan aktivitas produksi, tidak hanya sekedar untuk meningkatkan material dengan tujuan duniawi saja, namun juga untuk meningkatkan moral sebagai sarana untuk mencapai tujuan ukhrawi.³

Hukum perlindungan konsumen dalam Islam mengacu kepada konsep halal dan haram serta keadilan ekonomi yang berdasar pada nilai-nilai atau prinsip-prinsip ekonomi Islam.⁴ Aktivitas ekonomi Islam dalam perlindungan konsumen meliputi perlindungan terhadap dzat, proses produksi, distribusi, tujuan produksi sampai pada akibat mengonsumsi produk tersebut. Dengan demikian, dalam ekonomi Islam produk yang halal dari segi dzatnya dapat menjadi haram ketika cara memproduksi dan tujuan mengonsumsinya melanggar ketentuan-ketentuan *syara'*.⁵

Terkait dengan jaminan kehidupan beragama, Negara Republik Indonesia memiliki pijakan Pancasila sebagai dasar negara de-

ngan sila pertamanya Ketuhanan Yang Maha Esa. Selanjutnya masalah agama diatur pada pasal 29 Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 (UUD 1945).⁶ Menurut Hazairin bahwa dalam bangsa yang homogen, baik dari kemasyarakatan, perekonomian, kebudayaan dan keagamaan, maupun kecerdasan umum, seluruhnya saling bersentuhan dalam negara.⁷ Dengan demikian, negara berkewajiban untuk melindungi dan menjamin hak-hak warganya dengan membuat aturan yang kuat dan tegas tentang produk halal.

Pengaturan ini dibutuhkan bukan hanya untuk kepentingan konsumen muslim di Indonesia saja, tetapi juga dibutuhkan dalam perdagangan internasional, karena persaingan antar pelaku usaha baik dalam maupun luar negeri membutuhkan pengaturan yang jelas. Karena pola hubungan antara konsumen dan produsen pada masyarakat modern menjadi lebih rumit, dibandingkan dengan masyarakat tradisional. Masyarakat modern memproduksi produk secara massal, sehingga menciptakan konsumen secara massal pula (*mass consumer consumption*), dimana konsumen tidak mengenal siapa produsennya. Namun pada masyarakat tradisional, hubungan antara konsumen dan produsen relatif sederhana, dimana konsumen dan produsen masih dapat bertatap muka secara langsung, bahkan untuk memproduksi kebutuhan pun masih bersifat sederhana.⁸

Oleh karena itu, sebagaimana diungkapkan dalam penjelasan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk halal. Maka untuk menjamin setiap pemeluk agama

¹ Azhari Akmal Tarigan and dkk, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (Bandung: Cita Pustaka, 2006), 279.

² Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 16.

³ Monzer Kahf, *Ekonomi Islam: Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), 36.

⁴ Muhammad Alimin, *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004), 132.

⁵ Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar Bin Al-Khattab, Terjemahan Asmuni Solihan Zamakhsyari* (Jakarta: Khalifa, 2008).

⁶ Pasal 29 UUD 1945 menyebutkan, "(1) Negara berdasar atas Ketuhanan Yang Maha Esa. (2) Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadat menurut agamanya dan kepercayaannya itu."

⁷ Hazairin, *Hukum Baru Di Indonesia* (Jakarta: Bulan Bintang, 2005), 1-3.

⁸ Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak* (Jakarta: Universitas Indonesia, 2004), 1-3.

beribadah dan menjalankan ajaran agamanya, negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat. Jaminan mengenai produk halal hendaknya dilakukan sesuai dengan asas perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas dan transparansi, efektivitas dan efisiensi, serta profesionalitas.⁹ Oleh karena itu, jaminan penyelenggaraan produk halal bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk

Dengan demikian, melindungi kepentingan dan hak-hak konsumen merupakan bagian dari implementasi sebagai negara kesejahteraan, karena UUD 1945 disamping sebagai konstitusi politik juga dapat disebut sebagai konstitusi ekonomi yang mengandung ide negara kesejahteraan. Sebagai konstitusi ekonomi, UUD 1945 harus dipahami sebagai kebijakan ekonomi tertinggi yang harus dijadikan acuan dan rujukan dalam mengembangkan setiap kebijakan pembangunan ekonomi nasional.

Kebijakan perekonomian yang dimaksud, bisa bersifat mengikat dan keberlakuannya bersifat memaksa selalu dituangkan dalam bentuk undang-undang beserta peraturan pelaksanaannya.¹⁰ Maka berdasarkan hal tersebut di atas, permasalahan (*statement of the problem*) yang dirumuskan adalah bagaimana negara berperan dalam menjamin dan melindungi konsumen muslim untuk mendapatkan produk halal.

Artikel ini juga melihat pentingnya keterlibatan negara dalam perlindungan konsumen muslim untuk mendapatkan produk halal.

⁹ Lihat dalam penjelasan “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal”.

¹⁰ Jimly Asshiddiqie, *Konstitusi Ekonomi* (Jakarta: Kompas, 2010), xi.

Keterlibatan negara dalam bentuk intervensi negara dalam perlindungan konsumen muslim, pengaturan produk halal di Indonesia. Dalam hal ini intervensi pemerintah sangat dibutuhkan dalam pembangunan ekonomi untuk menetapkan dan menegakkan peraturan perundang-undangan dalam bidang ekonomi, termasuk pengaturan konsumen. Jika tidak ada intervensi pemerintah dalam bidang ekonomi, maka hal ini dapat menimbulkan distorsi ekonomi.¹¹

Untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan dalam artikel ini, maka artikel ini merupakan penelitian hukum normatif. Penelitian normatif dilakukan dengan menggali asas-asas dan norma-norma tentang perlindungan konsumen muslim yang terdapat dalam al-Qur’an, Hadis, dan pendapat para *fuqaha* (ulama fikih), doktrin-doktrin hukum lainnya seperti norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia. Hal ini dilakukan dengan cara meneliti bahan kajian pustaka, penelitian ini juga memposisikan hukum Islam sebagai perspektif dalam menganalisis yang terkait dengan keterlibatan negara dalam perlindungan konsumen muslim dan untuk mendapatkan produk halal guna menarik asas-asas hukumnya.¹²

Beberapa tulisan dan hasil penelitian yang relevan terkait dengan produk halal dan perlindungan konsumen muslim di Indonesia adalah; *Label Halal Pada Produk Pangan Kemasan Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen Muslim*, penelitian dari Siti Muslimah. Penelitian ini menunjukkan bahwa Labelisasi halal atas produk pangan kemasan belum memberikan perlindungan secara maksimal

¹¹ Didik J Rachbini, *Ekonomi Politik, Paradigma Dan Teori Pilihan Publik* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2006), 33.

¹² Johnny Ibrahim, *Teori Dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif* (Malang: Bayumedia, 2007), 48.

terhadap hak konsumen muslim. Sedangkan hambatan-hambatan dalam labelisasi halal atas produk pangan kemasan dalam memberikan perlindungan konsumen muslim terkait dasar hukum, adanya anggapan proses sertifikasi mahal serta prosedur lama, rumit dan berbelit-belit, kurangnya kesadaran hukum dan kurang kritis dan lemahnya posisi tawar konsumen muslim terhadap pemenuhan produk pangan halal yang wajib di konsumsinya.¹³ Kemudian penelitian dengan judul *Prinsip Tanggung jawab Mutlak dalam Hukum Perlindungan Konsumen* dalam tulisan disertasinya Inosentius Samsul. Dalam penelitian ini dipaparkan bahwasannya prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*fault based liability*) dan persyaratan hubungan kontrak dalam hubungan antara produsen dan konsumen dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal dalam hukum.¹⁴

Penelitian lainnya juga dipaparkan dengan judul *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Periklanan yang Menyesatkan*. Penelitian ini menyebutkan bahwa penanggung jawab utama terhadap kebenaran informasi yang terdapat dalam iklan merupakan tanggung jawab pengiklan sebagai pihak penjual barang/jasa, sedangkan menyangkut aspek kreativitas iklan merupakan tanggung jawab perusahaan periklanan dan media iklan.¹⁵ Berdasarkan beberapa uraian dari hasil penelitian di atas maka artikel ini membahas terkait peran dari negara dalam melakukan usaha perlindungan konsumen muslim di Indonesia.

¹³ Siti Muslimah, "LABEL HALAL PADA PRODUK PANGAN KEMASAN DALAM PERSPEKTIF PERLINDUNGAN KONSUMEN MUSLIM," *Yustisia Jurnal Hukum* 1, no. 2 (May 2, 2012), <https://doi.org/10.20961/YUSTISIA.V1I2.1063>.

¹⁴ lihat Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*.

¹⁵ Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Periklanan Yang Menyesatkan* (Medan: Universitas Sumatra Utara, 2007).

PEMBAHASAN

Konsep Ekonomi dalam Islam

Perkembangan perekonomian yang pesat telah menghasilkan berbagai jenis dan variasi dari masing-masing jenis barang atau jasa yang dapat dikonsumsi. Barang atau jasa tersebut pada umumnya merupakan barang atau jasa yang sejenis maupun yang bersifat komplementer satu terhadap yang lainnya.

Pada konsep ekonomi dan perdagangan dalam Islam, aspek perlindungan konsumen senantiasa dilandasi dengan nilai dan etika yang berakar pada kejujuran serta keadilan. Fakta menunjukkan, bahwa Rasulullah telah banyak memberikan contoh dalam melakukan perdagangan secara adil dan jujur. Salah satu prinsip yang diletakkan oleh Rasulullah adalah berkaitan dengan mekanisme pasar, dalam transaksi perdagangan kedua belah pihak dapat saling menjual dan membeli barang secara ikhlas tanpa ada campur tangan, intervensi, dan paksaan dalam harga.¹⁶

Dalam hal ini Islam meletakkan nilai-nilai dasar dalam aspek-aspek ketuhanan dan kemanusiaan melalui syariat, guna menemukan berbagai solusi dari beragam permasalahan yang berkembang di masyarakat, karena itu juga Islam mengakomodasi berbagai kebutuhan manusia berdasarkan ketentuan *syara'*, serta tidak memberikan kesulitan bagi ummatnya.¹⁷ Dan Islam melindungi hak-hak konsumen dari perbuatan curang serta memberikan hak atas keselamatan dan kesehatan, hak untuk memilih, dan hak untuk mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa.

Oleh karena itu, dalam hukum ekonomi Islam perlindungan konsumen berakar pada filsafat bahwa konsumen bukan saja untuk memenuhi kebutuhan lahiriah, tetapi juga

¹⁶ Muhammad Akram Khan, *Ajaran Nabi Muhammad SAW Tentang Ekonomi* (Jakarta: Bank Muamalat, 2006), 150.

¹⁷ QS. Al-Hajj [22]: 78.

untuk memenuhi kebutuhan batiniah (spiritual), bahkan nilai-nilai spiritual dalam Islam merupakan cita-cita terakhir.¹⁸

Perlindungan Konsumen dalam Islam

Dalam ekonomi Islam, konsumen dikendalikan oleh lima prinsip pokok, yaitu; *pertama*, prinsip kebenaran. Prinsip ini mengatur konsumen untuk mempergunakan barang atau jasa yang diharamkan oleh Islam, baik dari segi zatnya, proses produksi, distribusi dan tujuan penggunaan barang atau jasa tersebut.¹⁹ *Kedua*, prinsip kebersihan. Dalam prinsip ini, barang atau jasa yang dikonsumsi adalah barang atau jasa yang bersih. Artinya bahwa barang tersebut haruslah bersih, baik, tidak kotor atau menjijikkan, serta tidak tercampur dengan najis, karena apabila hal tersebut tidak terpenuhi maka akan membawa kemudharatan duniawi dan ukhrowi. *Ketiga*, prinsip kesederhanaan. Dalam hal ini, Islam memberikan standarisasi bagi konsumen, untuk tidak berlebih-lebihan dalam mengonsumsi barang atau jasa, serta mampu mengekang hawa nafsu dan keinginan yang berlebihan.

Keempat, prinsip kemaslahatan. Dalam konsep ekonomi Islam, konsumen diperbolehkan untuk menggunakan barang atau jasa yang memberi kebaikan serta kesempurnaan dalam mengabdikan diri kepada Allah. *Kelima*, prinsip moralitas. Sebagaimana prinsip yang diajarkan Rasulullah, prinsip moralitas ini mengandung nilai-nilai terhadap perlindungan konsumen, dimana prinsip tersebut menekankan pada perlindungan hak-hak konsumen dari perbuatan curang dan monopoli, serta memberikan hak-

hak keselamatan, hak untuk memilih, hak untuk mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa.²⁰

Sementara itu, menurut Afzalur Rahman yang menggali konsep konsumsi perspektif Islam menyebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri.²¹ AZ. Nasution melihat bahwa hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.²² Inosentius Samsul juga merumuskan bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan peraturan perundang-undangan lainnya serta putusan-putusan hakim yang substansinya mengatur mengenai kepentingan konsumen.²³

Para ahli hukum Islam terdahulu (*fuqaha*) tidak pernah mendefinisikan konsumen dan menjadikannya sebagai suatu objek kajian hukum secara khusus. Hanya saja, sumber hukum Islam berbicara tentang prinsip-prinsip konsumen dan perlindungan konsumen. Sehingga rumusan konsumen menurut Islam membutuhkan kajian tersendiri dan secara khusus tentang perlindungan konsumen. Pemakai dalam hukum Islam juga memiliki makna yang luas, dapat mencakup aspek lain seperti zakat, hibah, hadiah, sedekah, termasuk juga konsumen lingkungan. Demikian juga

¹⁸ Mabarroh Azizah, "Instrumen Labelisasi Dan Sertifikasi Halal Sebagai Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Muslim Dalam Wacana Hukum Ekonomi Islam Di Indonesia," *Al-'Adl* 10, no. 2 (2017): 138–53, <https://doi.org/10.31332/ALADL.V10I2.704>.

¹⁹ Mohd Ma'sum Billah, *Islamic Law of Trade and Finance, a Selection of Issues*, Second (Gombak: Ilmiah Publisher, 2003), 25.

²⁰ Alimin, *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, 133.

²¹ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam, Jilid II, Terjemahan Soeryono* (Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 2002), 17.

²² AZ Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen, Suatu Pengantar* (Jakarta: Diadit Media, 2002), 23.

²³ Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, 34.

untuk melaksanakan perlindungan konsumen perspektif hukum Islam tersebut tentu membutuhkan peran negara.

Rasulullah telah meletakkan dasa-dasar perlindungan konsumen dalam Islam. Sikap kejujuran, keadilan, tanggung jawab pelaku usaha, tanggung jawab produk (*product liability*) beliau contohkan saat menjadi pelaku usaha. Dimana sejak kecil, Rasulullah telah beraktivitas sebagai pedagang (pelaku usaha), dan pada saat usia dewasa Rasulullah juga mencari nafkah dari perdagangan, yaitu membawa barang dagangan Khadijah binti Khuwailid untuk mendapatkan imbalan atau upah. Dengan sikap kejujuran dan keadilan, Rasulullah berhasil menjual barang dagangan Khadijah dengan mendapat keuntungan yang lebih banyak dibandingkan dengan yang pernah dilakukan orang lain sebelumnya. Kendatipun tidak banyak literatur yang berbicara tentang aspek perlindungan konsumen pada saat perdagangan yang dilakukan oleh Rasulullah, namun kita dapat menemukan prinsip-prinsip perlindungan konsumen tersebut dari praktik perdagangan yang dilakukan oleh Rasulullah.²⁴

Berdasarkan penjelasan nilai-nilai dan kaidah-kaidah tersebut di atas, tampak jelas bahwa produk halal adalah wujud perlindungan dan pemenuhan hak asasi konsumen muslim. Perlindungan konsumen muslim tersebut dipandang penting, karena sangat berkaitan erat dengan akidah dan keimanan umat Islam. Sebagai negara dengan mayoritas penduduknya beragama Islam, sejatinya masalah produk halal tentu menjadi penting, maka negara harus memfasilitasi warganya untuk menjalankan dan mengamalkan ajaran agamanya. Dengan demikian, dapat disebutkan bahwa perlindungan konsumen Muslim adalah segala upaya melindungi konsumen muslim sebagai pengguna akhir (*end user*) dalam mengonsumsi

produk yang tentu saja produk tersebut adalah produk yang diharamkan bagi umat Islam.

Peran Negara dalam Pengaturan dan Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia

Negara adalah institusi yang sangat dibutuhkan (*al-wajibat*) untuk mengatur segala kebutuhan masyarakat,²⁵ termasuk di dalamnya kebutuhan pangan. Ibn Taimiyah berpandangan, bahwa tugas negara adalah melakukan kebaikan dan mencegah kemungkaran (*al amru bi al-ma'ruf wa al-nahyi'an al-munkar*).²⁶ Untuk melaksanakan tugas negara tersebut maka dibentuklah Lembaga-lembaga negara. Menurut al-Mawardi, bahwa peran dasar negara adalah mempromosikan apa yang baik dan mencegah apa yang buruk (*al-amru bi al-ma'ruf wa al-nahyi 'an al-munkar*). Untuk mewujudkannya, secara teknis bahwa negara dalam Islam harus dapat melembagakan ketetapan-ketetapan untuk mengawasi penerapan *al-amru bi al-ma'ruf wa al-nahyi 'an al-munkar* tersebut.²⁷

Sedangkan dalam negara kesatuan, tanggung jawab pelaksanaan tugas-tugas pemerintahan pada dasarnya tetap berada di tangan pemerintah pusat. Namun demikian, karena sistem pemerintahan Indonesia salah satunya menganut asas negara kesatuan yang didesentralisasikan, ada tugas-tugas tertentu yang diurus sendiri, sehingga menimbulkan hubungan timbal balik yang melahirkan adanya hubungan kewenangan dan pengawasan.²⁸

²⁵ A A Islahi, *Konsep Ekonomi Ibn Taimiyah* (Surabaya: Bina Ilmu, 2007), 215.

²⁶ lihat Ibn Taimiyah, *Al-Siyasah Al-Syar'iyah Fi Islah Al Ra'I Ra'iyah* (Kairo: Dar al-Sab, 1971), 89.

²⁷ Ali al-Mawardi bin Muhammad Al-Basri, "Al-Ahkam Al-Sultaniyah" (Mesir: Mustafa al-Babi al-Halabi, 1973), 4.

²⁸ Hariyanto Hariyanto, "Hubungan Kewenangan Antara Pemerintah Pusat Dan Pemerintah Daerah Berdasarkan Negara Kesatuan Republik Indonesia," *Volksggeist: Jurnal Ilmu Hukum Dan Konstitusi* 3, no. 2 (December 29, 2020): 99–115, <https://doi.org/10.24090/volksggeist.v3i2.4184>.

²⁴ Mahdi Rizqullah Ahmad, *Biografi Rasulullah, Sebuah Studi Analisis Berdasarkan Sumber-Sumber Otentik* (Jakarta: Qisthi Press, 2009), 152.

Terkait dengan peran negara, Plato juga menyebutkan, bahwa negara yang didirikan harus memiliki empat *cardinal virtues*, yaitu: Kebijakan, keberanian, disiplin, dan keadilan yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kebijakan, berhubungan dengan pengetahuan terhadap peraturan;
2. Keberanian, berkaitan dengan organisasi dan kelembagaan negara (*auxiliaries*);
3. Disiplin, berkaitan erat dengan keharmonisan, keselarasan, dan keseimbangan antargolongan masyarakat serta kesepakatan Bersama tentang siapa yang harus memerintah, dan;
4. Keadilan, adalah prinsip yang telah dimiliki seluruh manusia yang secara kodrati, dan tidak mengganggu orang lain.

Sedangkan peran negara dalam kehidupan ekonomi adalah suatu kesatuan dengan peran negara dalam kesejahteraan.²⁹ Ibn Taimiyah sangat menghormati keadilan, sebagai sesuatu yang fundamental dan krusial dalam kehidupan bernegara. Tanpa prinsip keadilan, manusia tidak dapat mencapai kehidupan yang layak di dunia dan akhirat. Berdasarkan prinsip tersebut maka harus dibentuk pemerintahan yang adil (*al-siyasah al-'adillah*) yang lebih mengutamakan persoalan publik (*al-wilayah al-shalihah*),³⁰ dan tentu saja persoalan produk halal menjadi persoalan publik.

Baqir Sadr berpandangan bahwa seluruh kekuasaan dan wewenang yang komprehensif dan umum yang diberikan kepada negara untuk mengintervensi kehidupan ekonomi masyarakat, dipandang sebagai salah satu prinsip fundamental yang penting dalam system ekonomi Islam. Intervensi negara tidak terbatas pada sekedar mengadaptasi aturan hukum Islam yang permanen saja, namun juga untuk mengisi kekosongan yang ada dalam hukum Islam.

²⁹ Ibnu Taimiyah, *Al-Hisbah Fi Al-Islam* (Kairo: Dar al-Sab, 1999), 95.

³⁰ Taimiyah, 16.

Pada satu sisi, negara mendesak masyarakat supaya dapat mengadaptasi elemen-elemen statis dalam hukum Islam. Sementara di sisi lain, negara merancang elemen-elemen dinamis guna mengisi kekosongan yang ada dalam hukum Islam, sesuai dengan kondisi yang ada.³¹

Oleh karena itu, keberadaan hukum harus mampu bertugas untuk mengayomi dan melindungi segenap bangsa Indonesia apapun latar belakang dan status sosialnya. Semua warga Negara memperoleh pengayoman dan perlindungan hukum. Termasuk pula pengayoman dan perlindungan terhadap hak-hak asasi yang melekat pada harkat dan martabat manusia.³²

Sementara itu, hubungan antara Islam dengan negara telah dimulai setelah hijrah, dimana Islam disebarkan secara terbuka, dan Rasul mengatur hubungan antara Islam dengan umat agama lainnya di Madinah. Kedudukan Muhammad sebagai Rasul yang berkewajiban menyampaikan ajaran kepada umatnya, tentu berkaitan dengan stabilitas, kerukunan, ekonomi, dan sosial masyarakatnya. Secara politis, hubungan antara Islam dan negara telah lama masuk dalam ranah perdebatan para pemikir tata negara Islam. Dan secara umum hubungan Islam dan negara dapat dibedakan menjadi tiga paradigma, yaitu paradigma integralistik (*integrallistic paradigm*), paradigma simbiotik (*symbiotic paradigm*), serta paradigma sekularistik (*secularistic paradigm*).³³

Paradigma integralistik berpandangan, penyelenggaraan negara didasarkan atas “ke-

³¹ Muhammad Baqir al-Sadr, *Buku Induk Ekonomi Islam, Iqtishaduna, Terjemahan Yudi* (Jakarta: Zahra Publishing, n.d.), 458.

³² Hariyanto Hariyanto, “Pembangunan Hukum Nasional Berdasarkan Nilai-Nilai Pancasila,” *Volksggeist: Jurnal Ilmu Hukum Dan Konstitusi* 1, no. 1 SE-Articles (June 7, 2018), <https://doi.org/https://doi.org/10.24090/volksggeist.v1i1.1731>.

³³ Mark R Woodward, *Jalan Baru Islam; Mematakan Paradigma Mutakhir Islam Indonesia*, Terjemahan Chaniago (Bandung: Mizan, 2004), 285.

daulatan Ilahi” (*divine sovereignty*), karena kedaulatan berasal dan berada di “tangan” Tuhan.³⁴ Sedangkan paradigma simbiotik berpandangan bahwa agama membutuhkan negara untuk berkembang, dan negara membutuhkan agama untuk membimbing etika, moral dan spiritual.³⁵ Paradigma simbiotik yang substansialis ini mempunyai potensi sebagai aktor untuk mendekatkan dan menghubungkan Islam kepada sistem politik modern.³⁶ Dan terakhir adalah paradigma sekularistik, paradigma ini mengajukan pemisahan hubungan antara agama dan negara, namun bukan berarti menghapuskan dan memisahkan agama dalam bernegara secara substantif, hal ini diinginkan agar tidak terjadi “politisasi agama” maupun “agamaisasi politik”.³⁷ Dari sini bisa dikatakan bahwa hubungan antara agama dan negara adalah substantif, karena tidak satu pun dari paradigma-paradigma tersebut yang menolak pandangan “substantif”, yaitu proses “internalisasi” substansi nilai, prinsip, dan kaidah Islam sebagai pendukung moral dan spiritual negara.³⁸

Sementara itu, Midgley mendiskusikan tentang sistem kesejahteraan dari sudut pandang ideologi di masing-masing negara. Midgley membenarkan intervensi dan peran negara sepanjang untuk memberikan peningkatan kesejahteraan masyarakat (*welfare state*). Lund juga menguraikan bahwa negara harus berperan untuk menciptakan *welfare state*. Peran negara

sebagaimana dimaksud, harus diselenggarakan dengan prinsip hak-hak kewarganegaraan (*citizenship rights*), keadilan sosial (*social justice*), efisiensi nasional (*national efficiency*), kesetaraan status (*equality of social status*), dan integrasi sosial (*social integration*). Al-Ghazali juga berpandangan demikian, dalam politik Islam bahwa tujuan negara adalah untuk menciptakan kesejahteraan (*al-salihah/al-maslahah*).³⁹

Untuk menciptakan *welfare state* tersebut, dibutuhkan landasan moral dan etika yang tinggi, mobilisasi warga, tanggung jawab warga, menjamin kepentingan umum, keterpaduan masyarakat, disiplin, solidaritas masyarakat dan penghormatan terhadap otoritas hukum.⁴⁰ Kendatipun term “*welfare state*” kerap menjadi topik atau wacana akademik dan retorika politik, namun istilah tersebut mempresentasikan hubungan antara individu, kelompok sosial, dan negara yang memiliki kepentingan saling menguntungkan (*mutual interest*). Berdasarkan kerangka tersebut, negara harus berperan mendistribusikan kemakmuran, pendapatan dan peluang hidup bagi rakyatnya.

Regulasi tersebut pada dasarnya merujuk pada peraturan negara (*state regulation*), yang didasarkan pada peran negara sebagai lembaga legitimate untuk menentukan regulasi dan penegakannya. Peraturan sebagai bentuk pengaruh negara, ditetapkan untuk kepentingan umum dan berlaku universal serta mengikat bagi semua individu, karena itu pula fungsi regulasi dimonopoli negara. Individu maupun *private organization* dapat berpartisipasi dalam proses legislasi dalam bidang ekonomi yang bertanggung jawab, serta memberikan

³⁴ M.Din Syamsudin, *Etika Agama Dalam Membangun Masyarakat Madani* (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 2002), 58.

³⁵ Syamsudin, 60.

³⁶ Harun Nasution, *Pembaruan Dalam Islam: Sejarah Pemikiran Dan Gerakan* (Jakarta: Bulan Bintang, 2006), 11.

³⁷ Yudi Junadi, *Relasi Agama Dan Negara: Redefinisi Diskursus Konstitusionalisme Di Indonesia* (Cianjur: The Institute For Migrant Rights Press, n.d.), 47.

³⁸ Marzuki Wahid Rumadi, *Fiqh Madzhab Negara Kritik Atas Politik, Hukum Islam Di Indonesia, Yogyakarta* (LKis, n.d.), 32.

³⁹ Munawir Sjadzali, *Islam Dan Tata Negara, Ajaran, Sejarah, Dan Pemikiran* (Jakarta: UI Press, 2003), 76.

⁴⁰ Bill Jordan, *The New Politics of Welfare: Social Justice in a Global Context* (London: Sage Publication, n.d.), 1.

kontribusi bagi kesejahteraan dan kemandirian ekonomi penduduk.⁴¹

Dan, juga peran negara dalam mengintervensi pasar melalui regulasi di pandang penting untuk mengoreksi pasar atau untuk menyelamatkan pasar dari kegagalan (*market failure*). Myriam Senn menjelaskan, ketidakmampuan memprediksi sector pasar sudah dipandang cukup untuk membenarkan intervensi regulasi, dengan asumsi bahwa intervensi regulasi tersebut melalui negara, dan berfungsi untuk perbaikan (*corrective*) pasar. Peraturan juga memainkan peran penting dan sebagai isu sentral pada aktivitas ekonomi.⁴²

Selain itu, tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) mutlak diperlukan untuk menjamin konsistensi dan kehalalan produk yang dipasarkan. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam undang-undang perlindungan konsumen dalam pasal 4 yang terkait hak konsumen menyebutkan sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;

- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kalau kita cermati dalam dalam Pasal 4 UU PK tersebut, ternyata tidak ditemukan rumusan secara eksplisit yang mengatur mengenai hak konsumen muslim untuk mendapatkan perlindungan hukum saat mengonsumsi suatu produk yang halal. Akan tetapi kalau kita melihat dari pasal 4 poin b tersebut di atas yang menyatakan bahwa bahwa konsumen memiliki “hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan”. Jika kita kaitkan dengan jaminan kehalalan yang dicantumkan oleh pelaku usaha dalam kemasan produk pangannya atau label halal, maka pelaku usaha berkewajiban untuk membuat produk pangan yang halal sebagaimana yang telah dijanjikan.

Lebih lanjut lagi kalau kita melihat pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, ternyata juga tidak memberikan kewajiban bagi pelaku usaha untuk menjamin atau minimal memberikan informasi mengenai kehalalan produk yang dibuat dan/atau diperdagangkannya. Hanya saja dalam poin b, pelaku usaha (atau produsen) wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang. Apabila dihubungkan dengan kehalalan produk maka pelaku usaha yang memperdagangkan makanan halal harus memberikan informasi kehalalannya sehingga konsumen dapat dengan

⁴¹ Myriam Senn, *Non-State Regulatory Regimes, Understanding Institutional Transformation* (Berlin: Springer, 2011), 2.

⁴² Senn, 96–97.

mudah mengidentifikasi produk tersebut sebagai produk halal.

Demikian juga sebaliknya, apabila ternyata mengandung atau melalui proses yang diharamkan maka pelaku usaha juga wajib untuk menginformasikannya. Hal ini telah diperintah pada pasal 4 Undang-Undang nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan Produk Halal menyebutkan bahwa Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.⁴³

Karena tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kepedulian dan komitmen moral perusahaan terhadap kepentingan masyarakat, terlepas dari kalkulasi untung dan rugi perusahaan. Tanggung jawab tersebut yakni tanggung jawab perusahaan terhadap kesejahteraan bagi lingkungan dan masyarakat. Seperti halnya terhadap perlindungan lingkungan hidup dan perlindungan tenaga kerja, maka perusahaan juga harus bertanggung jawab terhadap konsumennya.⁴⁴ Maka dari hal tersebut dapat diharapkan terjadi sistem yang bagus dan berkesinambungan, antara perlindungan konsumen pada satu sisi dan persaingan usaha pada sisi lain merupakan prinsip yang harus saling mendukung. Dan konsumen tidak hanya mendapat keuntungan dari kompetisi, tetapi juga untuk memastikan konsumen berada pada posisi yang seutuhnya.⁴⁵

Ada beberapa argumentasi tentang pentingnya intervensi pemerintah terkait dengan perlindungan konsumen, yakni: *Pertama*, dalam masyarakat modern, produsen menawarkan berbagai jenis produk yang diproduksi secara massal (*mass production and consumption*). *Kedua*, hasil produksi dengan

⁴³ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

⁴⁴ Murti Sumarni Jhon Suprihanto, *Pengantar Bisnis, Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan* (Yogyakarta: Liberty, n.d.), 20.

⁴⁵ Stephen Corones Philip H. Clarke, *Consumer and Product Liability Law, Commentary and Materials*, Second (Sydney: LawBook Co, n.d.), 4–5.

cara massal dan teknologi canggih, potensial bagi munculnya resiko produk cacat, tidak memenuhi standar (*substandard*), dan bahkan berbahaya (*hazardous product*) yang merugikan konsumen. *Ketiga*, hubungan antara konsumen dan produsen berada pada posisi yang tidak seimbang. *Keempat*, persaingan yang sempurna (*perfect competition*) sebagai pendukung *consumer sovereignty theory* dalam praktiknya jarang terjadi.⁴⁶

Sebagaimana telah dijelaskan oleh Anthony I. Ogus dan Myriam Senn, salah satu alasan yang menjustifikasi dan membenarkan intervensi negara melalui regulasi di bidang ekonomi adalah *information asymmetries*. Kaitannya dengan jaminan konsumen muslim dalam mengonsumsi produk halal, bahwa sertifikasi dan labelisasi menjadi *consumer information* agar tidak terjadi *misleading information* bagi konsumen muslim. Sebagaimana diketahui, bahwa kesenjangan informasi (*information asymmetries*) terhadap kehalalan produk menyulitkan bahkan tidak memungkinkan bagi konsumen untuk mengevaluasi kehalalan produk. Informasi yang minim terhadap kehalalan produk mempengaruhi objektivitas konsumen dalam memilih produk, maka regulasi tentang informasi yang terperinci dan akurat tentang kehalalan produk dibutuhkan agar kehalalan produk dapat diakses oleh konsumen.⁴⁷

Sementara dalam perspektif konstitusi Indonesia, peran negara sesungguhnya telah dapat dilihat dan telah terserap pada proses penyusunan Undang-Undang Dasar 1945. Penyusunan konstitusi Indonesia dipengaruhi oleh nilai-nilai yang berkembang dan hidup di masyarakat, dan nilai-nilai tersebut diabstraksikan ke dalam konstitusi dengan konsensus oleh *the founding fathers*. Demikian

⁴⁶ Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*.

⁴⁷ Anthony I Ogus, *Regulation Legal Form and Economic Theory* (Oregon: Hart Publishing, 2004), 30.

juga suasana kebatinan penyusunan konstitusi tersebut juga memengaruhi pandangan filosofis, sosiologis, politis, juridis, dan historis ketentuan-ketentuan yang tercantum dalam konstitusi, maka untuk memahami konstitusi secara utuh, harus pula memahami nilai-nilai yang berkembang di masyarakat dan suasana kebatinan penyusunan konstitusi tersebut. Demikian pula untuk memahami konsep peran negara perspektif konstitusi Indonesia, juga harus memahami nilai yang hidup di masyarakat serta suasana kebatinan perumus konstitusi (*the founding fathers*).

Pandangan ini berpendapat, bahwa ekonomi hanya berfungsi dengan baik bila ada kerangka hukum yang melandasinya.⁴⁸ Di Indonesia, pengaturan tentang perlindungan konsumen sesungguhnya telah dimulai sejak zaman Hindia-Belanda. Beberapa kitab undang-undang juga mengatur beberapa ketentuan yang dapat digunakan untuk melindungi konsumen. Setelah kemerdekaan sampai tahun 1999, yang wujudnya adalah Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Oleh karena itu, peraturan perundang-undangan di Indonesia berusaha untuk memenuhi unsur-unsur perlindungan konsumen, walaupun belum memiliki ketegasan dan kepastian hukum tentang hak-hak konsumen. Intervensi pemerintah sangat dibutuhkan dalam pembangunan ekonomi, untuk menetapkan dan menegakkan peraturan perundang-undangan dalam bidang ekonomi, termasuk pengaturan konsumen. Jika tidak ada intervensi pemerintah dalam bidang ekonomi, maka hal tersebut dapat menimbulkan distorsi.⁴⁹

PENUTUP

Untuk menyelenggarakan perlindungan konsumen muslim dari produk yang di-

haramkan, maka harus ada peran negara, baik dalam perspektif Islam maupun perspektif konstitusi Indonesia yang didistribusikan untuk menciptakan *welfare state*. Pada perspektif Islam, segala sesuatu yang tidak menyempurnakan wajib kecuali dengannya, maka hukumnya menjadi wajib (*ma la yatimmu al-wajib illa bihi fahua wajib*). Ketidakmampuan konsumen muslim memvalidasi kehalalan *massive-credential product*, menjadikan sertifikasi dan labelisasi sebagai sarana wajib (*wasilatu al-wajib*), dan hukum-hukumnya menjadi *al-wajib al kafa'i (collective responsibility)*. Perspektif konstitusi Indonesia, kewajiban peran negara memfasilitasi konsumen muslim dalam mengonsumsi makanan halal, dapat diuraikan melalui pasal 29 UUD 1945. Jadi, keduanya menjustifikasi adanya peran negara untuk menjamin perlindungan konsumen muslim dari produk yang diharamkan sebagai kepentingan umum (*public interest*). Konsumen muslim hanya membutuhkan informasi yang simetris tentang kehalalan produk makanan yang dipasarkan, bukan regulasi standar (*standard regulation*) ataupun regulasi persetujuan terlebih dahulu (*prior approval regulation*). Oleh karena itu, bentuk peran negara dalam perlindungan konsumen muslim terkait dengan regulasi informasi, yaitu dengan menyelenggarakan sertifikasi dan labelisasi produk.

DAFTAR PUSTAKA

- A. *Sony Keraf, Pasar Bebas, Keadilan Dan Peranan Pemerintah*. Jakarta: Kanisius, n.d.
- Ahmad, Mahdi Rizqullah. *Biografi Rasulullah, Sebuah Studi Analisis Berdasarkan Sumber-Sumber Otentik*. Jakarta: Qisthi Press, 2009.
- Al-Basri, Ali al-Mawardi bin Muhammad. "Al-Ahkam Al-Sultaniyah." Mesir: Mustafa al-Babi al-Halabi, 1973.

⁴⁸ A., *Sony Keraf, Pasar Bebas, Keadilan Dan Peranan Pemerintah* (Jakarta: Kanisius, n.d.), 186.

⁴⁹ Rachbini, *Ekonomi Politik, Paradigma Dan Teori Pilihan Publik*, 106.

- Al-Haritsi, Jaribah bin Ahmad. *Fikih Ekonomi Umar Bin Al-Khattab, Terjemahan Asmuni Solihan Zamakhsyari*. Jakarta: Khalifa, 2008.
- al-Sadr, Muhammad Baqir. *Buku Induk Ekonomi Islam, Iqtishaduna, Terjemahan Yudi*. Jakarta: Zahra Publishing, n.d.
- Alimin, Muhammad. *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE, 2004.
- Asshiddiqie, Jimly. *Konstitusi Ekonomi*. Jakarta: Kompas, 2010.
- Azizah, Mabarroh. "Instrumen Labelisasi Dan Sertifikasi Halal Sebagai Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Muslim Dalam Wacana Hukum Ekonomi Islam Di Indonesia." *Al-'Adl* 10, no. 2 (2017): 138–53. <https://doi.org/10.31332/ALADL.V10I2.704>.
- Billah, Mohd Ma'sum. *Islamic Law of Trade and Finance, a Selection of Issues*. Second. Gombak: Ilmiah Publisher, 2003.
- Harianto, Dedi. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Periklanan Yang Menyebabkan*. Medan: Universitas Sumatra Utara, 2007.
- Hariyanto, Hariyanto. "Hubungan Kewenangan Antara Pemerintah Pusat Dan Pemerintah Daerah Berdasarkan Negara Kesatuan Republik Indonesia." *Volksgēist: Jurnal Ilmu Hukum Dan Konstitusi* 3, no. 2 (December 29, 2020): 99–115. <https://doi.org/10.24090/volksgēist.v3i2.4184>.
- . "Pembangunan Hukum Nasional Berdasarkan Nilai-Nilai Pancasila." *Volksgēist: Jurnal Ilmu Hukum Dan Konstitusi* 1, no. 1 SE-Articles (June 7, 2018). <https://doi.org/https://doi.org/10.24090/volksgēist.v1i1.1731>.
- Hazairin. *Hukum Baru Di Indonesia*. Jakarta: Bulan Bintang, 2005.
- Ibrahim, Johnny. *Teori Dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayumedia, 2007.
- Islahi, A A. *Konsep Ekonomi Ibn Taimiyah*. Surabaya: Bina Ilmu, 2007.
- Jhon Suprihanto, Murtti Sumarni. *Pengantar Bisnis, Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan*. Yogyakarta: Liberty, n.d.
- Jordan, Bill. *The New Politics of Welfare: Social Justice in a Global Context*. London: Sage Publication, n.d.
- Junadi, Yudi. *Relasi Agama Dan Negara: Redefinisi Diskursus Konstitusionalisme Di Indonesia*. Cianjur: The Institute For Migrant Rights Press, n.d.
- Kahf, Monzer. *Ekonomi Islam: Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997.
- Khan, Muhammad Akram. *Ajaran Nabi Muhammad SAW Tentang Ekonomi*. Jakarta: Bank Muamalat, 2006.
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Muslimah, Siti. "LABEL HALAL PADA PRODUK PANGAN KEMASAN DALAM PERSPEKTIF PERLINDUNGAN KONSUMEN MUSLIM." *Yustisia Jurnal Hukum* 1, no. 2 (May 2, 2012). <https://doi.org/10.20961/YUSTISIA.V1I2.10630>.
- Nasution, AZ. *Hukum Perlindungan Konsumen, Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media, 2002.
- Nasution, Harun. *Pembaruan Dalam Islam: Sejarah Pemikiran Dan Gerakan*. Jakarta: Bulan Bintang, 2006.
- Ogus, Anthony I. *Regulation Legal Form and Economic Theory*. Oregon: Hart Publishing, n.d.
- Philip H. Clarke, Stephen Corones. *Consumer and Product Liability Law, Commentary*

- and Materials*. Second. Sydney: LawBook Co, n.d.
- Rachbini, Didik J. *Ekonomi Politik, Paradigma Dan Teori Pilihan Publik*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2006.
- Rahman, Afzalur. *Doktrin Ekonomi Islam, Jilid II, Terjemahan Soeryono*. Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 2002.
- Rumadi, Marzuki Wahid. *Fiqh Madzhab Negara Kritik Atas Politik, Hukum Islam Di Indonesia, Yogyakarta*. LKis, n.d.
- Samsul, Inosentius. *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*. Jakarta: Universitas Indonesia, 2004.
- Senn, Myriam. *Non-State Regulatory Regimes, Understanding Institutional Transformation*. Berlin: Springer, n.d.
- Sjadzali, Munawir. *Islam Dan Tata Negara, Ajaran, Sejarah, Dan Pemikiran*. Jakarta: UI Press, n.d.
- Syamsudin, M.Din. *Etika Agama Dalam Membangun Maysarakat Madani*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu, n.d.
- Taimiyah, Ibn. *Al-Siyasah Al-Syar'iyah Fi Islah Al Ra'I Ra'iyah*. Kairo: Dar al-Sab, 1971.
- Taimiyah, Ibnu. *Al-Hisbah Fi Al-Islam*. Kairo: Dar al-Sab, 1999.
- Tarigan, Azhari Akmal, and dkk. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Bandung: Cita Pustaka, 2006.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (n.d.).
- Uswatun Hasanah, L.P.P.O.M.M.U.I. "No Title." *Jurnal Halal* 90, no. 90, Vol. XIV (n.d.).
- Woodward, Mark R. *Jalan Baru Islam; Mematakan Paradigma Mutakhir Islam Indonesia, Terjemahan Chaniago*. Bandung: Mizan, n.d.