

Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Kolaborasi Produk Pangan Bersertifikat Halal Dengan Produk Pangan Belum Bersertifikat Halal (Studi Kasus Kolaborasi Chatime Dan Cupbop)

 doi.org/10.15408/c274k562

Zulfani Putri Trisia Salsabella¹ dan A.M. Hasan Ali²

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

zulfanitrisia@gmail.com

Abstrak

Di tengah meningkatnya persaingan di dunia usaha, para pelaku usaha gencar melakukan berbagai macam strategi untuk meningkatkan penjualan, salah satu strategi yang saat ini menjadi tren adalah kolaborasi. Di antara banyaknya *brand* yang melakukan kolaborasi, terdapat kolaborasi yang dilakukan oleh *brand* yang telah bersertifikat halal dengan *brand* yang belum bersertifikat halal, yakni kolaborasi antara Chatime dengan Cupbop. Kolaborasi antara Chatime dengan Cupbop terlihat pada gerainya yang bergabung menjadi satu. Adanya penggabungan tempat pada Chatime dengan Cupbop memungkinkan adanya percampuran antara bahan-bahan yang halal dengan yang tidak halal atau tidak jelas kehalalannya. Selain itu, adanya poster iklan dari kolaborasi Chatime dan Cupbop yang tersebar di sosial media dan pada menu di gerai kolaborasi Chatime dan Cupbop yang di dalamnya terdapat label halal. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris. Pendekatan ini menggabungkan antara bahan-bahan hukum dengan fenomena peristiwa hukum yang terjadi di lapangan. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa dengan adanya ketidaksesuaian informasi mengenai kehalalan produk membuat perlindungan konsumen muslim terhadap kolaborasi Chatime dan Cupbop belum sepenuhnya terjamin. Oleh karenanya terdapat aturan hukum dan sanksi mengenai pelanggaran-pelanggaran dalam kolaborasi tersebut. Adapun BPJPH belum menerapkan peran dan pengawasan terhadap kolaborasi produk pangan bersertifikat halal dengan produk pangan belum bersertifikat halal pada Chatime dan Cupbop, berupa: LPH, kehalalan Produk, pencantuman Label Halal, serta pemisahan lokasi, tempat dan alat penyembelihan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, serta penyajian antara Produk Halal dan tidak halal.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Kolaborasi, Sertifikat Halal

Abstract

In the midst of increasing competition in the business world, business people are intensively implementing various strategies to increase sales, one of the strategies that is currently becoming a trend is collaboration. Among the many brands that are collaborating, there is a collaboration that is carried out by brands that are halal-certified and brands that are not yet halal-certified, namely the collaboration between Chatime and Cupbop. The collaboration between Chatime and Cupbop can be seen in the merged outlets. The merger of places between Chatime and Cupbop allows for a mix of halal and non-halal ingredients or the halal status is not clear. In addition, there are advertising posters from the Chatime and Cupbop collaboration that are spread on social media and on menus at Chatime and Cupbop collaboration outlets which contain a halal label. This study uses an

empirical juridical approach. This approach combines legal materials with the phenomena of legal events that occur in the field. The results of this study explain that the existence of mismatched information about product halalness makes Muslim consumers' protection against the collaboration of Chatime and Cupbop not fully guaranteed. Therefore there are legal rules and sanctions regarding violations in this collaboration. BPJPH has not yet implemented the role and supervision of the collaboration of halal-certified food products with non-halal-certified food products in Chatime and Cupbop, in the form of: LPH, product halalness, inclusion of the Halal Label, as well as separation of locations, places and equipment for slaughtering, processing, storage, packaging, distribution, sales, and presentation of Halal and non-halal Products.

Keywords: Consumer Protection, Collaboration, Halal Certificate

Pendahuluan

Untuk menjamin setiap pemeluk agama dalam beribadah dan menjalankan ajaran agamanya, negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat. Oleh karena itu, Pemerintah menerbitkan regulasi terkait produk dan label halal yakni Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang bertujuan agar proses produksi halal dijamin oleh produsen dengan cara menerapkan Sistem Jaminan Halal.¹ Pada Pasal 4 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal disebutkan bahwa, "Produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat Halal". Namun dalam Pasal 4 ini bukan berarti setiap produk yang dijual oleh para pelaku usaha harus halal dan tidak boleh memperdagangkan produk yang haram menurut agama Islam, tetapi maksudnya adalah bahwa para pelaku usaha boleh memperdagangkan barang yang tidak halal (haram) namun harus disebutkan bahwa barang tersebut tidak halal untuk dikonsumsi konsumen muslim.²

Di tengah meningkatnya persaingan di dunia usaha, para pelaku usaha gencar melakukan berbagai macam strategi untuk meningkatkan penjualan. Salah satu strategi yang saat ini menjadi tren adalah kolaborasi, baik kolaborasi antar perusahaan atau antar *brand*, kolaborasi produk, kolaborasi dengan *influencer* maupun kolaborasi pemasaran.³ Di antara banyaknya brand yang melakukan kolaborasi, Peneliti menemukan adanya kolaborasi yang dilakukan oleh brand yang telah bersertifikat halal dengan brand yang belum bersertifikat halal, yakni

¹ Ralang Hartati. "Peran Negara dalam Pelaksanaan Jaminan Produk Halal". Fakultas Hukum Universitas Tama Jagakarsa. *Jurnal Hukum*, Vol. 10 No. 1 (2019), h. 73.

² Bambang Sugeng Ariadi Subagyo, dkk. "Perlindungan Konsumen Muslim atas Produk Halal". Fakultas Hukum Universitas Airlangga. Vol. 20, No. 2 (November 2020), h. 309.

³ Rifqy Tazkiyyaturrohmah. "Tren Model Bisnis Kolaborasi antar Perusahaan Start Up Perspektif Bisnis Islam". *Jurnal Kodifikasi: Jurnal Penelitian Islam*, Vol. 4 No. 02 (2020) h. 384.

kolaborasi antara Chatime dengan Cupbop. Chatime adalah penyedia minuman *brewed tea* asal Taiwan yang telah bersertifikasi halal. Sedangkan, Cupbop adalah penyedia makanan cepat saji khas Korea yang belum memiliki sertifikat halal.

Kolaborasi Chatime dan Cupbop ini bertemakan “*Once Upon A Snack Time*”, di mana Chatime menyediakan berbagai menu *Korean Street Food* dari Cupbop, di antaranya yaitu *Korean Corn Dog* atau biasa disebut dengan *Hotdakk*, *Tokpokki*, dan *Rapokki*.⁴ Kolaborasi tersebut sudah berlangsung sejak tanggal 23 Juli 2021. Cupbop terus berinovasi mengembangkan berbagai menu tren yang diminati pecinta makanan Korea di Indonesia, seperti *Sokkochi*, *K-pop Chikin*, *Nochi* dan *Jajangmyeon*. Kolaborasi antara Chatime dengan Cupbop juga terlihat pada gerainya yang bergabung menjadi satu. Adanya penggabungan tempat pada Chatime dengan Cupbop memungkinkan adanya percampuran antara bahan-bahan yang halal dengan yang tidak halal atau tidak jelas kehalalannya, hal ini dikarenakan Cupbop yang masih belum memiliki sertifikat halal.

Dalam Hukum Islam yang dikatakan “halal” tidak hanya pada zatnya, tetapi juga mulai dari proses produksi dari hulu sampai hilir harus terbebas dari zat-zat yang diharamkan oleh syariat Islam. Penyimpanan produk yang halal tidak boleh berdekatan dengan produk yang tidak halal, artinya tempat penyimpanan produk halal harus terpisah dengan produk yang tidak halal. Begitu juga alat yang dipakai untuk memproses produk halal tidak boleh dipakai bersama dengan produk yang tidak halal.⁵

Sebagaimana dalam Hadits Riwayat Bukhari dan Muslim dari Nu'man bin Basyir RA, Rasulullah Saw. bersabda:

إِنَّ الْحَالَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنِ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعَرْضِهِ

Artinya: “Sungguh yang halal itu jelas, yang haram pun jelas. Dan di antara keduanya ada perkara yang syubhat –perkara yang rancu– yang tidak diketahui oleh kebanyakan orang. Maka barangsiapa yang menghindari syubhat, maka berarti dia telah membebaskan agama dan kehormatannya” (HR Bukhari dan Muslim).

Adapun Peneliti menemukan adanya poster iklan dari kolaborasi Chatime dan Cupbop yang tersebar di sosial media seperti Instagram dan pada menu di gerai kolaborasi Chatime dan Cupbop yang di dalamnya terdapat label halal. Hal

⁴ Chatime. <https://chatime.co.id/news/Chatime-x-Cupbop>

⁵ Syafrida. "Sertifikat Halal pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim". *Jurnal Adil: Jurnal Hukum* Vol. 7 No. 2 (2016), h. 170.

ini merupakan ketidaksesuaian informasi halal dan membuat konsumen berpikir bahwa kolaborasi ini dilakukan oleh dua *brand* yang sama-sama sudah memiliki sertifikat halal.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka diperlukan adanya kejelasan hukum mengenai kolaborasi produk pangan bersertifikat halal dengan produk pangan belum bersertifikat halal, bagaimana perlindungan konsumen muslim terhadap kolaborasi tersebut serta bagaimana peran dan pengawasan BPJPH terhadap kolaborasi tersebut.

Rumusan masalah tersebut Peneliti rinci dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut: Bagaimana perlindungan konsumen Muslim terhadap kolaborasi produk pangan bersertifikat halal dengan produk pangan belum bersertifikat halal pada Chatime dan Cupbop? Bagaimana peran dan pengawasan BPJPH terhadap kolaborasi produk pangan bersertifikat halal dengan produk pangan belum bersertifikat halal?

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis empiris. Pendekatan ini menggabungkan antara bahan-bahan hukum dengan fenomena peristiwa hukum yang terjadi di lapangan. Metode pendekatan ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan konsumen Muslim terhadap kolaborasi produk pangan bersertifikat halal dengan produk pangan belum bersertifikat halal dengan ketentuan-ketentuan yang ada dalam Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Hukum Islam dan peraturan lainnya yang berlaku.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang cenderung menggunakan analisis dan data yang dikumpulkan terdiri atas kata-kata yang tidak diolah menjadi angka-angka atau statistik. Penelitian kualitatif ini digunakan untuk mendapatkan data yang menyeluruh, luas dan mendalam, di mana data tersebut bersifat deskriptif yang mengandung makna yang bertujuan untuk menghasilkan hipotesis dari penelitian lapangan.⁶

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan atau *library research* dan *empirical research*. *Library research* merupakan pengambilan dan pengumpulan data melalui penelusuran kepustakaan, seperti buku, jurnal, dokumen, laporan penelitian terdahulu, peraturan-peraturan dan berbagai

⁶ Deddi Mulyana. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 145.

sumber bacaan lainnya yang mendukung. Adapun *empirical research* adalah metode yang menjelaskan tentang sebuah penelitian hukum dalam melihat peristiwa hukum yang terjadi di lapangan dan meneliti mengenai praktik atau cara kerja hukum.

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Metode analisis deskriptif kualitatif adalah metode menganalisis data yang telah dikumpulkan baik dari data primer maupun data sekunder, kemudian diolah dan dianalisis dengan menyusun secara sistematis, digolongkan, dikategorisasikan dan diklasifikasikan antara satu data dengan data lainnya. Setelah dilakukan analisis secara kualitatif maka selanjutnya data disajikan secara deskriptif sehingga memberikan penjelasan yang lebih baik terhadap suatu masalah serta dapat ditarik kesimpulan.

Adanya Label Halal pada Poster Iklan dan Menu di Gerai Kolaborasi Chatime dan Cupbop

Mengonsumsi produk halal bagi seorang muslim merupakan hal yang diwajibkan oleh agama Islam. Sayangnya, hingga kini masih ada pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab dengan melakukan penempelan label halal tanpa memerhatikan aturan terkait sertifikasi dan label halal. Sehingga terkait dengan kehalalan produknya belum diketahui pasti apakah bahan dan proses pembuatan produk tersebut benar-benar halal atau tidak, atau terdapat kontaminasi dengan bahan-bahan nonhalal.

Salah satu contoh dari adanya penempelan label halal tanpa memerhatikan aturan terkait sertifikasi dan label halal yakni terdapat dalam kolaborasi Chatime dan Cupbop. Pada kolaborasi tersebut terdapat poster iklan kolaborasi yang tersebar di sosial media, misalnya Instagram, yang terdapat label halal di dalamnya. Padahal hanya Chatime yang sudah bersertifikat halal sedangkan Cupbop saat ini belum bersertifikat halal.

Berikut salah satu poster iklan kolaborasi Chatime dan Cupbop pada akun Instagram Chatime Indonesia dan Cupbop Indonesia yang terdapat label halal di dalamnya:



Gambar 1 Feed Instagram Kolaborasi Chatime dan Cupbop
Sumber: Akun Instagram Chatime dan Cupbop Indonesia

Selain pada poster iklan yang tersebar di sosial media Instagram, juga terdapat pada menu yang disediakan di gerai Chatime dan Cupbop yang juga terdapat label halal didalamnya.



Gambar 2 Menu pada Gerai Chatime dan Cupbop
Sumber: pergikuliner.com

Hal ini merupakan bentuk ketidaksesuaian informasi terhadap jaminan (halal) sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang tersebut, iklan atau promosi penjualan barang tersebut karena konsumen akan berpikir bahwa kolaborasi ini dilakukan oleh dua *brand* yang sudah bersertifikat halal dan produk hasil kolaborasi ini pun aman untuk dikonsumsi masyarakat muslim.

Masyarakat berhak mendapatkan informasi yang jelas dan benar mengenai setiap produk pangan sebelum membeli dan mengonsumsi produk tersebut. Segala bentuk informasi terkait kandungan gizi, mutu, kehalalan, bahan baku dan informasi lainnya adalah hal yang penting untuk disampaikan Pelaku Usaha secara jelas dan benar. Oleh karena itu, adanya label halal pada kolaborasi yang dilakukan antara produk pangan yang bersertifikat halal dengan yang belum bersertifikat halal dapat merugikan konsumen karena terdapat ketidaksesuaian informasi terkait kehalalan produk ini.

Dari hasil wawancara Peneliti, tiga dari lima konsumen produk kolaborasi Chatime dan Cupbop merasa terugikan dengan adanya label halal pada kolaborasi Chatime dan Cupbop tersebut. Adapun mereka berpendapat bahwa, “Seharusnya dari awal kolaborasi, Chatime memperhatikan dengan siapa mereka berkolaborasi, apa memang sudah memiliki sertifikat halal atau belum. Jika seperti ini, konsumen termasuk saya akan mengira bahwa Cupbop sudah halal”.⁷ Adapun konsumen lain berpendapat bahwa, “Hal itu merugikan apabila bahan yang digunakan (terbukti) tidak halal. Namun hal tersebut tentunya menjadi tanggung jawab penjual mengenai kehalalan produk.”⁸

Tujuan pencantuman label halal pada produk makanan dan minuman adalah untuk melindungi hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal, memberikan kepastian hukum kepada konsumen muslim bahwa produk makanan dan minuman tersebut halal sesuai yang disyariatkan oleh Hukum Islam. Namun, jika yang terjadi seperti halnya pada kolaborasi Chatime dan Cupbop ini, tentunya belum bisa menjamin kepastian hukum bagi konsumen muslim bahwa produk kolaborasi tersebut benar-benar halal.

Gerei Chatime dan Cupbop yang Bergabung Menjadi Satu

Dalam kolaborasi Chatime dan Cupbop terlihat pula pada gerai dari kolaborasi ini yang bergabung menjadi satu tempat. Adanya penggabungan tempat ini, dikhawatirkan terjadi percampuran antara bahan-bahan yang halal dengan bahan-bahan nonhalal atau tidak jelas kehalalannya misalnya pada proses

⁷ Putri S., Konsumen Produk Kolaborasi Chatime dan Cupbop. Wawancara tanggal 6 Maret 2023.

⁸ Aulia T., Konsumen Produk Kolaborasi Chatime dan Cupbop. Wawancara tanggal 29 Mei 2023.

pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, atau penyajian produknya.



Gambar 3 Gerai Kolaborasi Chatime dan Cupbop

Sumber: pergikuliner.com

Berdasarkan wawancara Peneliti dengan beberapa konsumen, mereka pun merasa khawatir akan adanya kemungkinan percampuran dengan bahan nonhalal. Adapun mereka berpendapat bahwa, “Tentu memungkinkan adanya percampuran tersebut jika mereka berada dalam satu tempat penjualan, pengolahan, dan lain-lain.”⁹ “Kemungkinan tersebut pasti ada. Mungkin saja, karena bahan pembuatan tteokpokki terdapat bahan yang memiliki kandungan alkohol.”¹⁰

Dalam Hukum Islam yang dikatakan “halal” tidak hanya pada zatnya, tetapi juga mulai dari proses produksi dari hulu sampai hilir harus terbebas dari zat-zat yang diharamkan oleh syariat Islam. Penyimpanan produk yang halal tidak boleh berdekatan dengan produk yang tidak halal, artinya tempat penyimpanan produk halal harus terpisah dengan produk yang tidak halal. Begitu juga alat yang dipakai untuk memproses produk halal tidak boleh dipakai bersama dengan produk yang tidak halal.¹¹

Dalam pembuatan makanan dan minuman, selain bahan baku utama (*main raw material*), juga ada bahan tambahan (*additives*) dan bahan penolong (*processing aids*). Bisa jadi bahan utamanya sendiri berasal dari bahan yang halal namun bahan tambahan atau bahan penolongnya berasal dari bahan yang haram sehingga

⁹ Putri S., Konsumen Produk Kolaborasi Chatime dan Cupbop. Wawancara tanggal 6 Maret 2023.

¹⁰ Syifa A. Konsumen Produk Kolaborasi Chatime dan Cupbop. Wawancara tanggal 29 Mei 2023.

¹¹ Syafrida. “Sertifikat Halal pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim”. *Jurnal Adil: Jurnal Hukum* Vol. 7 No. 2 (2016), h. 170.

tercampur antara yang halal dengan yang haram. Atau mungkin juga fasilitas proses produksi digunakan untuk bahan yang halal dan bahan yang haram sehingga bahan yang halal terkontaminasi oleh bahan yang haram. Dengan demikian status produk industri menjadi produk yang *syubhat*, yaitu belum jelas kehalalannya. Karena itu, produk yang syubhat tersebut perlu diperjelas status kehalalannya melalui proses sertifikasi.¹²

Pernyataan Tidak Menggunakan Bahan Nonhalal

Tidak jarang ditemui restoran yang mengklaim usaha mereka halal walaupun restoran tersebut belum memiliki sertifikat halal, hal ini terjadi karena mereka berpikir bahan yang mereka gunakan bukan daging babi/turunannya, alkohol, *khamr* dan lain-lain. Padahal titik kritis keharaman makanan bukan hanya pada babi ataupun *khamr*, namun lebih kompleks dari itu. Bumbu yang digunakan pada saat memasak belum tentu menggunakan bumbu yang halal, contohnya adalah *mirin*. *Mirin* adalah bumbu yang masuk ke dalam golongan alkohol, artinya seorang muslim dilarang untuk mengonsumsinya. MUI sebagai lembaga yang mengeluarkan fatwa dalam kehalalan sebuah makanan pun mengharamkan *mirin* serta bumbu masakan yang mengandung alkohol lainnya.¹³

Hal ini juga berlaku pada Cupbop Indonesia. Saat ini Cupbop masih belum memiliki sertifikat halal, namun Cupbop memberi klaim bahwa bahan baku yang mereka gunakan bukan dari bahan nonhalal. Informasi ini bisa kita dapatkan apabila kita bertanya pada *customer service* Cupbop Indonesia.

¹² Kun Mardiwati Rahayu. "Sertifikasi Halal atau Sertifikasi Haram?". <https://wr4.uai.ac.id/sertifikasi-halal-atau-sertifikasi-haram/>

¹³ Tsabita Fithriya. "Waspada! 'No Pork, No Lard' Belum Tentu Halal". <https://kumparan.com/tsabitaftthrya/waspada-no-pork-no-lard-belum-tentu-halal-1xmSy7kpbil/full>



Gambar 4 Pernyataan Cupbop Indonesia
Sumber: Akun Instagram Cupbop Indonesia

Pada gambar di atas, Cupbop Indonesia memberi pernyataan bahwa, “Cupbop tidak menggunakan bahan baku yang nonhalal”. Sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UU JPH yaitu: “Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.” Maka perlunya bagi Cupbop untuk segera memiliki sertifikat halal bukan hanya memberi pernyataan atau klaim saja. Karena untuk menyatakan bahwa suatu produk tidak menggunakan bahan baku yang nonhalal perlu pemeriksaan dan pengawasan dari pihak yang berwenang (BPJPH, LPH dan MUI), tidak bisa asal memberikan pernyataan seperti halnya pada gambar di atas.

Adapun pernyataan halal produk seperti halnya *self declare* hanya dapat dilakukan oleh mereka para pemilik UMK yang bahan pembuatan produknya menggunakan bahan yang sudah dipastikan kehalalannya dan proses produksi yang dipastikan kehalalannya serta sederhana. Sedangkan hal ini tidak bisa dilakukan pada Cupbop karena Cupbop yang merupakan restoran/gerai yang memiliki produk pangan olahan seperti *Hotdakk* (yang memiliki titik kritis pada sosis dan keju), *Tokpokki* dan *Rapokki* (yang memiliki titik kritis pada saus

gochujang-nya), serta *K-pop Chikin* (titik kritis pada penyembelihan ayamnya). Sehingga Cupbop harus melalui proses sertifikasi halal secara reguler.

Jadi, meskipun terdapat pernyataan dari pihak Cupbop mengenai bahan baku yang digunakan itu tidak mengandung bahan nonhalal, tetapi bukan berarti hal itu bisa menjamin kehalalannya. Perlu adanya pemeriksaan oleh pihak-pihak yang berwenang untuk memberikan kepastian terkait kehalalan produk pangan tersebut karena bahan-bahan pembuat produk Cupbop menggunakan bahan dengan kategori bahan kritis dan sangat kritis, sehingga tidak bisa menjamin kehalalannya hanya dengan pernyataan saja. Pernyataan pihak Cupbop mengenai bahan baku yang digunakan tidak mengandung bahan nonhalal pun tidak lantas menghilangkan kewajiban Cupbop untuk memiliki sertifikat halal.

Regulasi yang Berkaitan dengan Kolaborasi Chatime dan Cupbop

Adapun beberapa regulasi yang dapat menjadi pedoman bagi pelaku usaha Chatime dan Cupbop dalam melakukan kolaborasi, antara lain:

- Pasal 25 UU Jaminan Produk Halal menyebutkan bahwa Pelaku Usaha yang telah memperoleh Sertifikat Halal wajib:
 - a. Mencantumkan Label Halal terhadap Produk yang telah mendapat Sertifikat Halal;
 - b. Menjaga kehalalan Produk yang telah memperoleh Sertifikat Halal;
 - c. Memisahkan lokasi, tempat dan penyembelihan, alat pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian antara Produk Halal dan tidak halal;
- Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa Hak konsumen adalah:
 - a. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa Kewajiban pelaku usaha adalah:
 - a. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- Pada Pasal 8 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa perbuatan yang dilarang bagi Pelaku usaha adalah:
 - (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
 - a. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

- b. Tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - c. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label.
- Pasal 10 UU Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai: kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- Pasal 5 PP Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan menegaskan bahwa:
 - (1) Keterangan dan/atau pernyataan tentang pangan dalam Label harus benar dan tidak menyesatkan, baik mengenai tulisan, gambar, atau bentuk apa pun lainnya.
 - (2) Setiap orang dilarang memberikan keterangan atau pernyataan tentang pangan yang diperdagangkan melalui, dalam, dan/atau dengan Label apabila keterangan atau pernyataan tersebut tidak benar dan/atau menyesatkan.
- Pasal 10 ayat (1) PP Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan menegaskan bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada Label.

Salah satu dari bentuk perlindungan terhadap konsumen adalah memberikan kepastian hukum, baik ketika konsumen mengonsumsi, menggunakan, memakai, memanfaatkan barang/jasa sampai pada kepastian hukum terhadap akibat-akibat yang (mungkin) ada pada saat dan setelah memanfaatkan barang maupun jasa. Dalam artian meliputi setiap proses konsumsi, yang dimulai sejak memilih maupun memilah barang (misalnya dengan mengatur iklan/promosi), sampai dengan hak untuk mengajukan keberatan dan mengajukan gugatan atas kerugian yang diderita oleh konsumen, hingga ke tahapan penyelesaiannya.¹⁴

¹⁴ Ashabul Kahpi. "Penyelesaian Sengketa Konsumen sebagai Wujud Perlindungan Konsumen Muslim". *Jurnal El-Iqtishady*, Vol. 1 No. 1 (Juni 2019).

Berdasarkan penelusuran Peneliti, sebagai bentuk perlindungan konsumen muslim terhadap kolaborasi produk pangan bersertifikat halal dengan produk pangan belum bersertifikat halal pada Chatime dan Cupbop didasarkan pada regulasi yang mengatur mengenai hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang; larangan untuk mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai kondisi dan jaminan produk; serta memisahkan lokasi, tempat dan penyembelihan, alat pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian antara produk halal dan tidak halal. Regulasi ini bisa menjadi pedoman bagi pelaku usaha Chatime dan Cupbop agar Chatime yang telah mendapatkan sertifikat halal tetap menjaga kehalalan produknya, salah satunya dengan cara memperhatikan dengan siapa mereka melakukan kolaborasi, apakah *brand* tersebut sudah sama-sama memiliki sertifikat halal atau belum, serta menjaga agar dalam kolaborasi tersebut tidak ada ketidaksesuaian informasi mengenai kehalalan produk.

Sanksi atas Pelanggaran pada Kolaborasi Chatime dan Cupbop

Berdasarkan penelusuran Peneliti, bahwa dari kolaborasi Chatime dan Cupbop yang terdapat ketidaksesuaian informasi terhadap jaminan (halal) sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan, iklan atau promosi penjualan, serta adanya penggabungan gerai kolaborasi Chatime dan Cupbop, Peneliti menganalisis beberapa aturan yang memuat sanksi bagi Pelaku usaha (Chatime dan Cupbop) yang ditegaskan dalam:

- Pasal 41 angka 24 UU Cipta Kerja yang mengubah Pasal 56 UU Jaminan Produk Halal menegaskan bahwa pelaku usaha yang tidak menjaga kehalalan produk yang telah memperoleh sertifikat halal, akan dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- Pada Pasal 62 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa pelaku usaha yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label wajib menariknya dari peredaran dan dipidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- Adapun sanksi administratif dalam Pasal 149 PP No. 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal yakni:
 - (1) Pelanggaran terhadap penyelenggaraan JPH dikenakan sanksi administratif.
 - (2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang dikenakan terhadap Pelaku Usaha berupa:

- a. Peringatan tertulis;
- b. Denda administratif;
- c. Pencabutan Sertifikat Halal; dan/atau
- d. Penarikan barang dari peredaran.

Penggunaan label halal yang tidak sesuai ketentuan dapat menimbulkan implikasi hukum apabila konsumen beragama Islam keberatan dan terkecoh dengan label halal tersebut.¹⁵ Seperti halnya pada kolaborasi Chatime dan Cupbop ini yang menyertakan label halal pada iklan atau promosi yang ada di sosial media, serta pada menu yang ada di gerainya sedangkan Cupbop belum memiliki sertifikat halal.

Peran dan Pengawasan BPJPH terhadap Kolaborasi Produk Pangan Bersertifikat Halal dengan Produk Pangan Belum Bersertifikat Halal

Pasal 6 UU Jaminan Produk Halal menyebutkan bahwa dalam penyelenggaraan JPH, BPJPH berwenang:

- a. Merumuskan dan menetapkan kebijakan JPH;
- b. Menetapkan norma, standar, prosedur, dan kriteria JPH;
- c. Menerbitkan dan mencabut Sertifikat Halal dan Label Halal pada Produk;
- d. Melakukan registrasi Sertifikat Halal pada Produk luar negeri;
- e. Melakukan sosialisasi, edukasi, dan publikasi Produk Halal;
- f. Melakukan akreditasi terhadap LPH;
- g. Melakukan registrasi Auditor Halal;
- h. Melakukan pengawasan terhadap JPH;
- i. Melakukan pembinaan Auditor Halal; dan
- j. Melakukan kerja sama dengan lembaga dalam dan luar negeri di bidang penyelenggaraan JPH.

Pasal 50 UU Jaminan Produk Halal menyebutkan bahwa pengawasan JPH oleh BPJPH dilakukan terhadap:

- a. LPH;
- b. Masa berlaku Sertifikat Halal;
- c. Kehalalan Produk;
- d. Pencantuman Label Halal;
- e. Pencantuman keterangan tidak halal;
- f. Pemisahan lokasi, tempat dan alat penyembelihan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, serta penyajian antara Produk Halal dan tidak halal;
- g. Keberadaan Penyelia Halal; dan/atau

¹⁵ Dr. Abdurrahman Konoras. *Jaminan Produk Halal di Indonesia: Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. (Depok: Rajawali Pers, 2017), h. 84.

h. Kegiatan lain yang berkaitan dengan JPH.

Adapun apabila didasarkan dalam Pasal tersebut, peran dan pengawasan BPJPH terhadap kolaborasi produk pangan bersertifikat halal dengan produk pangan belum bersertifikat halal pada Chatime dan Cupbop, BPJPH belum menerapkan pengawasan terhadap kolaborasi tersebut berupa: LPH, kehalalan Produk, pencantuman Label Halal, serta pemisahan lokasi, tempat dan alat penyembelihan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, serta penyajian antara Produk Halal dan tidak halal. Seharusnya atas kolaborasi Chatime dan Cupbop ini BPJPH berperan dan mengawasi kolaborasi tersebut yang mana hal itu dilakukan oleh *brand* yang bersertifikat halal dengan *brand* yang belum bersertifikat halal.

Adanya pelanggaran berupa ketidaksesuaian informasi terhadap jaminan (halal) sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan, iklan atau promosi penjualan, serta adanya penggabungan gerai kolaborasi Chatime dan Cupbop, membuktikan bahwa belum adanya pengawasan yang dilakukan oleh BPJPH. Seharusnya BPJPH dapat mengawasi dan menindak secara tegas atas pelanggaran-pelanggaran tersebut. BPJPH juga memiliki wewenang untuk mencabut Sertifikat Halal dan Label Halal pada Produk yang tidak sesuai dengan aturan yang berlaku.

Kesimpulan

Pada kolaborasi Chatime dan Cupbop terdapat label halal di dalam poster iklan kolaborasi dan menu di gerainya, adanya penggabungan gerai Chatime dan Cupbop dan pernyataan tidak menggunakan bahan baku nonhalal oleh Cupbop Indonesia. Terkait adanya label halal ini menimbulkan terjadinya ketidaksesuaian informasi mengenai kehalalan produk sehingga hal ini menyesatkan dan merugikan konsumen muslim, konsumen mengira bahwa kolaborasi tersebut dilakukan oleh dua *brand* yang sudah memiliki sertifikat halal.

Sebagai bentuk perlindungan konsumen muslim terhadap kolaborasi produk pangan bersertifikat halal dengan produk pangan belum bersertifikat halal pada Chatime dan Cupbop didasarkan pada beberapa regulasi, antara lain:

- Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa Hak konsumen adalah:
 - a. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa Kewajiban pelaku usaha adalah:

- a. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- Pada Pasal 8 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa perbuatan yang dilarang bagi Pelaku usaha adalah:
 - (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
 - a. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - b. Tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - c. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label.

Sebagai bentuk perlindungan konsumen muslim terhadap kolaborasi produk pangan bersertifikat halal dengan produk pangan belum bersertifikat halal pada Chatime dan Cupbop, terdapat beberapa aturan yang memuat sanksi bagi Pelaku usaha (Chatime dan Cupbop) yang ditegaskan dalam:

- Pada Pasal 62 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa pelaku usaha yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label wajib menariknya dari peredaran dan dipidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- Adapun sanksi administratif menurut PP No. 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal terdapat dalam Pasal 149 yakni: Sanksi administratif yang dikenakan terhadap Pelaku Usaha berupa: peringatan tertulis; denda administratif; pencabutan Sertifikat Halal; dan/atau penarikan barang dari peredaran.

Adapun peran dan pengawasan BPJPH terhadap kolaborasi produk pangan bersertifikat halal dengan produk pangan belum bersertifikat halal pada Chatime dan Cupbop, BPJPH belum menerapkan pengawasan terhadap kolaborasi tersebut berupa: LPH, kehalalan Produk, pencantuman Label Halal, serta pemisahan lokasi, tempat dan alat penyembelian, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, serta penyajian antara Produk Halal dan tidak halal. Adanya pelanggaran berupa ketidaksesuaian informasi terhadap jaminan (halal) sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan, iklan atau promosi penjualan, serta adanya penggabungan gerai

kolaborasi Chatime dan Cupbop, membuktikan bahwa belum adanya pengawasan yang dilakukan oleh BPJPH. Seharusnya BPJPH dapat mengawasi dan menindak secara tegas atas pelanggaran-pelanggaran tersebut. BPJPH juga memiliki wewenang untuk mencabut Sertifikat Halal dan Label Halal pada Produk yang tidak sesuai dengan aturan yang berlaku.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran terhadap pihak-pihak terkait yaitu sebagai berikut:

1. Para pelaku usaha yang telah mendapatkan sertifikat halal untuk tetap menjaga kehalalan produknya, serta memperhatikan bagaimana aturan berkolaborasi dalam usaha produk pangan. Selain itu Pelaku usaha diimbau untuk lebih menaati larangan-larangan dan ketentuan-ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Jaminan Produk Halal maupun peraturan lainnya.
2. Konsumen harus lebih kritis dan peduli terhadap makanan dan minuman yang dikonsumsi karena masih banyak sekali produk haram atau *syubhat* yang beredar. Konsumen harus cerdas dan lebih teliti untuk membaca dan mengamati produk yang mereka konsumsi, karena bagaimanapun konsumen diberikan hak untuk memilih produk apa yang mereka konsumsi.
3. Pemerintah harus memaksimalkan pengawasan di semua tingkatan, mulai dari bahan yang digunakan, proses pengolahan produknya, memeriksa dan mengkaji sistem penyembeliannya, meneliti lokasi produk, meneliti peralatan, ruang produksi, dan penyimpanan, memeriksa pendistribusian dan penyajian produk, memeriksa sistem jaminan halal pelaku usaha dan melaporkan hasil pemeriksaan dan/atau pengujian. Selain itu, Pemerintah juga perlu membuat peraturan yang mengatur khusus terkait kolaborasi produk bersertifikat halal dengan produk belum bersertifikat halal. Terhadap kolaborasi Chatime dan Cupbop seharusnya pemerintah menindak secara tegas pelanggaran-pelanggaran yang terdapat dalam kolaborasi tersebut.

Referensi

- Anis Marjukah, Jarot Prasetyo, dan Agung Setyabudi. "Peran Kolaborasi Bisnis dan Digital Marketing terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Masa Pandemi Covid-19." *Widyagama National Conference on Economic and Business* (2021).
- Ashabul Kahpi. "Penyelesaian Sengketa Konsumen sebagai Wujud Perlindungan Konsumen Muslim." *Jurnal El-Iqtishady*, Vol. 1 No. 1 (Juni 2019).

- Bambang Sugeng Ariadi Subagyo, dkk. "Perlindungan Konsumen Muslim atas Produk Halal." Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Vol. 20, No. 2 (November 2020).
- Chatime. <https://chatime.co.id/news/Chatime-x-Cupbop>
- Deddi Mulyana. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001).
- Dr. Abdurrahman Konoras. *Jaminan Produk Halal di Indonesia: Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. (Depok: Rajawali Pers, 2017).
- Kun Mardiwati Rahayu. "Sertifikasi Halal atau Sertifikasi Haram?". <https://wr4.uai.ac.id/sertifikasi-halal-atau-sertifikasi-haram/>
- Ralang Hartati. "Peran Negara dalam Pelaksanaan Jaminan Produk Halal." Fakultas Hukum Universitas Tama Jagakarsa, *Jurnal Hukum*, Vol. 10 No. 1 (2019).
- Rifqy Tazkiyyaturrohmah. "Tren Model Bisnis Kolaborasi antar Perusahaan Start Up Perspektif Bisnis Islam." *Jurnal Kodifikasi: Jurnal Penelitian Islam*, Vol. 4 No. 02 (2020).
- Syafrida. "Sertifikat Halal pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim." *Jurnal Adil: Jurnal Hukum*, Vol. 7 No. 2 (2016).
- Tsabita Fithriya. "Waspada! 'No Pork, No Lard' Belum Tentu Halal". <https://kumparan.com/tsabitaftthrya/waspada-no-pork-no-lard-belum-tentu-halal-1xmSy7kpbil/full>
- Zulham. *Peran Negara dalam Perlindungan Konsumen Muslim terhadap Produk Halal*. (Jakarta: Kencana, 2018).