

**KAJIAN HUKUM TENTANG BISNIS KULINER DENGAN  
MENGUNAKAN NAMA EKSTREM DALAM  
PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN  
HUKUM NASIONAL**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat  
Mendapatkan Gelar Sarjana Hukum

Oleh:

**PUTRI DIANA POHAN**  
**NPM: 1506200623**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2020**



Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
**FAKULTAS HUKUM**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474  
Website : <http://www.umsu.ac.id>, <http://www.fahum.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id), [fahum@umsu.ac.id](mailto:fahum@umsu.ac.id)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**BERITA ACARA  
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI SARJANA  
BAGI MAHASISWA PROGRAM STRATA I**

Panitia Ujian Sarjana Strata I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Sabtu, tanggal 14 November 2020, Jam 08,30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan menimbang:

**MENETAPKAN**

**NAMA** : PUTRI DIANA POHAN  
**NPM** : 1506200623  
**PRODI/BAGIAN** : HUKUM/ BISNIS  
**JUDUL SKRIPSI** : KAJIAN HUKUM TENTANG BISNIS KULINER DENGAN MENGGUNAKAN NAMA EKSTREM DALAM PERPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM NASIONAL

**Dinyatakan** : ( B ) Lulus Yudisium dengan predikat Baik  
( ) Lulus Bersyarat, memperbaiki/Ujian Ulang  
( ) Tidak Lulus

Setelah lulus, dinyatakan berhak dan berwenang mendapatkan gelar Sarjana Hukum (SH) dalam BAGIAN HUKUM BISNIS.

**PANITIA UJIAN**

**Ketua**

Assoc. Prof. Dr. IDA HANIFAH, S.H., M.H  
NIDN: 0003036001

**Sekretaris**

FAISAL, S.H., M.Hum  
NIDN: 0122087502

**ANGGOTA PENGUJI:**

1. Assoc. Prof. Dr. IDA NADIRAH, S.H., M.H.
2. ATIKAH RAHMI, S.H., M.H.
3. Assoc. Prof. Dra. Hj. SALMI ABBAS, M.H.

1.

2.

3.



Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS HUKUM**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474  
Website : <http://www.umsu.ac.id>, <http://www.fahum.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id), [fahum@umsu.ac.id](mailto:fahum@umsu.ac.id)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI

Pendaftaran Skripsi Sarjana Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Strata I bagi:

NAMA : PUTRI DIANA POHAN  
NPM : 1506200623  
PRODI/BAGIAN : HUKUM/ BISNIS  
JUDUL SKRIPSI : KAJIAN HUKUM TENTANG BISNIS KULINER DENGAN MENGGUNAKAN NAMA EKSTREM DALAM PERPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM NASIONAL

PENDAFTARAN : Tanggal 11 November 2020

Dengan diterimanya Skripsi ini, sesudah lulus dari Ujian Skripsi, penulis berhak memakai gelar:

**SARJANA HUKUM (S.H)**

Diketahui  
Dekan Fakultas Hukum

Pembimbing

Assoc. Prof. Dr. IDA HANIFAH, S.H., M.H.  
NIDN: 0003036001

Assoc. Prof. Dra. Hj. SALMI ABBAS, M.H.  
NIDN: 0024025407

UMSU  
Unggul | Cerdas | Terpercaya



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS HUKUM**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474  
Website : <http://www.umsu.ac.id>, <http://www.fahum.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id), [fahum@umsu.ac.id](mailto:fahum@umsu.ac.id)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**NAMA : PUTRI DIANA POHAN**  
**NPM : 1506200623**  
**PRODI/BAGIAN : HUKUM/ BISNIS**  
**JUDUL SKRIPSI : KAJIAN HUKUM TENTANG BISNIS KULINER DENGAN MENGGUNAKAN NAMA EKSTREM DALAM PERPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM NASIONAL**

**Disetujui Untuk Disampaikan Kepada  
Panitia Ujian Skripsi**

**Medan, 16 Oktober 2020**

**Pembimbing**

**Assoc. Prof. Dra. Hj. SALMI ABBAS, M.H.**  
**NIDN: 0024025407**

**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

## FAKULTAS HUKUM

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624-567 Medan 20238 Fax. (061) 662  
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)  
Bankir. Bank Syariah Mandiri, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **PUTRI DIANA POHAN**  
NPM : 1506200623  
Program : Strata – I  
Fakultas : Hukum  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Bagian : Hukum Bisnis  
Judul Skripsi : Kajian Hukum Tentang Bisnis Kuliner Dengan Menggunakan Nama Ekstrem Dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Nasional

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri. Kecuali bagian – bagian yang dirujuk sumbernya.

Dan apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau merupakan karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik dari Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Medan, 07 November 2020

Saya yang menyatakan



**PUTRI DIANA POHAN**

Unggul | Cerdas | Terpercaya



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI, PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS HUKUM**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474  
Website : <http://www.umsu.ac.id>, <http://www.fahum.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id), [fahum@umsu.ac.id](mailto:fahum@umsu.ac.id)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA**

**NAMA** : PUTRI DIANA POHAN  
**NPM** : 1506200623  
**PRODI/BAGIAN** : ILMU HUKUM/HUKUM BISNIS  
**JUDUL SKRIPSI** : KAJIAN HUKUM TENTANG BISNIS KULINER DENGAN MENGGUNAKAN NAMA EKSTREM DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM NASIONAL  
**PEMBIMBING** : Dra. HJ. SALMI ABBAS, M.A

TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	TANDA TANGAN
30 Januari 2020	Skripsi di Terima BAB. I	§
12 Februari 2020	Pembimbingan Tatap Muka	§
17 Februari 2020	Perbaikan isi dan Penulisan BAB. I	§
24 Feb 2020	Penerimaan Skripsi BAB. II & BAB. III	} §
12 Maret 2020	Pemeriksaan BAB. II & BAB. III	
16 Maret 2020	Perbaikan BAB. II & BAB. III	
08 April 2020	Perbaikan kembali	
21 April 2020	Perbaikan kembali (terakhir)	§
16 Mei 2020	Bedah Buku I	§
16 Okt 2020	Bedah Buku II	§

Diketahui,  
Dekan Fak. Hukum UMSU

(Assoc. Prof. Dr. IDA, HANIFAH, S.H., M.H)

Pembimbing

(Dra. HJ. SALMI ABBAS, M.H)

# **KAJIAN HUKUM TENTANG BISNIS KULINER DENGAN MENGUNAKAN NAMA EKSTREM DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM NASIONAL**

## **ABSTRAK**

Salah satu fenomena yang marak sekarang ini di adalah praktek jual beli makanan dengan sebutan nama-nama ekstrem. Makanan dengan sebutan nama-nama ekstrem ini sendiri sudah marak terjadi di tengah-tengah masyarakat. Permasalahan dalam skripsi ini adalah bagaimana ketentuan hukum dalam bisnis kuliner dengan menggunakan nama ekstrem dalam perspektif hukum Islam dan Hukum Nasional, bagaimana akibat hukum bisnis kuliner dengan menggunakan nama ekstrem dalam perspektif hukum Islam dan Hukum Nasional, bagaimana bisnis kuliner yang sesuai dengan kaidah hukum Islam dan Hukum Nasional.

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian yuridis normatif dengan pendekatan yuridis normatif dengan menggunakan data sekunder yang mengolah bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tertier. Analisis data yang digunakan adalah data kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa ketentuan hukum dalam bisnis kuliner dengan menggunakan nama ekstrem dalam perspektif hukum Islam tidak sesuai dengan Fatwa MUI Nomor 4 Tahun 2003 Tentang Standardisasi Fatwa halal pada bagian keempat mengenai masalah penggunaan nama dan atau simbol-simbol yang mengarah kepada kekufuran dan kebatilan. Dasar hukum pengaturan pengamanan peredaran produk pangan yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan dan peraturan perundang-undangan lainnya. Akibat hukum bisnis kuliner dengan menggunakan nama ekstrem seperti menggunakan kata neraka, setan, iblis untuk nama produk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan pakaian karena hal dilarang di dalam Islam dan hukumnya adalah haram sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan bahwa makanan dan minuman yang tidak memenuhi ketentuan standar, persyaratan kesehatan atau membahayakan kesehatan dilarang untuk diedarkan, ditarik dari peredaran, dicabut izin edar dan disita untuk dimusnahkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Bisnis kuliner yang sesuai dengan kaidah hukum Islam adalah harus sesuai dengan hukum syara' artinya dalam konsep hukum Islam ada yang boleh dilakukan dan ada yang tidak boleh dilakukan dan Islam mengajarkan bahwa dalam berbisnis harus menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis sedangkan menurut Undang-undang perlindungan konsumen pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan informasi mengenai komposisi pada produk makanan dan minuman. Pelaku usaha yang memperdagangkan produk makanan dan minuman memberikan informasi yang jelas, jujur mengenai komposisi, kehalalan produk makanan dan minuman yang diperdagangkan untuk melindungi hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal.

**Kata Kunci:** Kuliner, Ekstrem, Hukum Islam, Hukum Nasional.

## KATA PENGANTAR



### **Assalamu'alaikum warahmatullahi Wabarakatuh**

Pertama-tama disampaikan rasa syukur kehadiran Allah SWT yang maha pengasih lagi penyayang atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi merupakan salah satu persyaratan bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan studinya di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Sehubungan dengan itu, disusun skripsi yang berjudul "Kajian Hukum Tentang Bisnis Kuliner Dengan Menggunakan Nama Ekstrem Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Nasional".

Dengan selesainya skripsi ini, perkenankanlah diucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Bapak Dr. Agussani., M.AP atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada kami untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan program sarjana ini. Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Ibu Assoc. Prof. Dr. Ida Hanifah, S.H., MH atas kesempatan menjadi mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhamamdiyah Sumatera Utara. Demikian juga halnya kepada Wakil Dekan I Bapak Faisal, S.H., M.Hum dan Wakil Dekan III Bapak Zainuddin, S.H., M.H. Terimakasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya diucapkan kepada Assoc. Prof. Dra Ibu Salmi Abbas M.H selaku pembimbing saya dan Bapak Dr. Tengku Erwinskyahbana SH,.M.Hum selaku pembimbing saya sebelumnya, dan Ibu Atika Rahmi, S.H., M.H, selaku penguji, yang dengan penuh perhatian telah memberikan dorongan, bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini selesai.

Secara khusus dengan rasa hormat dan penghargaan yang setinggi-tingginya diberikan terimakasih kepada kedua orang tua saya ayahanda dan Ibunda : Alm Bapak Yunan Pohan dan Ibu Seri wati G.Munthe. yang telah mengasuh dan mendidik dengan curahan kasih sayang, dan juga pada Abang-abang Saya Wahyuda Erlangga Pohan dan Ahmad Ananda Putra Pohan, Brigadir Jerry P S.H dan keluarga besar saya yang telah memberikan bantuan materil dan



formil hingga selesainya skripsi ini, insya Allah, Allah SWT membalas kebaikan serta melindungi keluarga saya. Serta kepada teman special saya Briptu M Sendoro Z S.H M.Psi dengan penuh kesabaran selalu mendampingi dan memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini semoga Allah membalas kebaikan serta di lancarkan selalu karirnya semoga kelak kita berjodoh.

Dan saya sangat berterimakasih kepada Pak Angga Prima Ramadhan S.Sos selaku Leader saya yang saya anggap seperti abg saya sendiri yang sangat baik, sabar dan tabah dan selalu memberikan saya motivasi untuk mengejar cita-cita saya hingga saat ini telah memberikan bantuan baik materil maupun formil. Semoga Allah membalas segala kebaikan dan melindungi keluarga Pak Angga.

Serta kerabat dekat saya SERMADATAR RPS Munthe semoga dilancarkan dalam menyelesaikan pendidikannya, Danu Aji Tampubolon S.H, Ibnu Syahputra semoga secepatnya menyusul saya dan dilancarkan segala urusannya. Yang penuh ketabahan selalu mendampingi dan memotivasi untuk menyelesaikan studi ini. Kepada yang sudah menjadi teman curahan hati penulis, dan seseorang yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini. Demikian juga kepada Kerabat saya yang telah memberikan bantuan materil dan formil hingga selesainya skripsi ini. Tiada gedung yang paling indah, kecuali persahabatan, untuk itu, dalam kesempatan diucapkan terimakasih kepada sahabat yang telah banyak berperan, terutama kepada The Chubies Zulviana Nita Sari S.H, Ayu Widya Ningrum S.H, Dhea Nur Ananda S.H, Dinia Rahayu Ritonga S.H, Akrim Saat Nst S.H. Dan kepada teman Geng saya Chairul Fiqri Siregar S.H, Capt. H.Muhammad Luthfi Chan M.Mar, M Fauzi Hadibroto S.psi. Dan untuk teman seperjuangan saya yg akan bersama-sama mengejar S.H Dara Ayuningsari Nst. Terimakasih yang udah menjadi tempat curahan hati penulis dan kebaikan kalian semua yang tidak bisa saya jelaskan satu persatu. Dan juga buat teman-teman kelas D-2 dan C-2 Bisnis dan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, tiada maksud mengecilkan arti pentingnya bantuan dan peran mereka, dan untuk itu disampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya. Akhirnya, tiada gading yang tak retak, retaknya gading karena alami, tiada orang yang tak bersalah, kecuali Ilahi Robbi.

Mohon maaf atas segala kesalahan selama ini, begitupun disadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu, diharapkan ada masukan yang membangun untuk kesempurnannya. Terima kasih semua, tiada lain yang diucapkan selain kata semoga kiranya mendapat balasan dari Allah SWT dan mudah-mudahan semuanya selalu dalam lindungan Allah SWT, Amin. Sesungguhnya Allah mengetahui akan niat baik hamba-hambanya.

**Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

Medan, November 2020

Penulis,

**PUTRI DIANA POHAN**

**NPM: 1506200623**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
1. Rumusan Masalah .....	4
2. Faedah Penelitian .....	4
B. Tujuan Penelitian .....	5
C. Definisi Operasional .....	5
D. Keaslian Penelitian.....	6
E. Metode Penelitian .....	8
1. Jenis dan pendekatan penelitian.....	8
2. Sifat penelitian.....	8
3. Sumber data .....	9
4. Alat pengumpulan data .....	9
5. Analisis data.....	9
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Pengertian Kuliner .....	11
B. Merek Bisnis dan Fungsinya dalam Kegiatan Usaha .....	12
C. Hukum Islam dan Hukum Nasional.....	27
1. Hukum Islam .....	27
2. Hukum Nasional .....	28

<b>BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
A. Ketentuan Hukum dalam Bisnis Kuliner Dengan Menggunakan Nama Ekstrem dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Nasional .....	30
B. Akibat Hukum Bisnis Kuliner dengan Menggunakan Nama Ekstrem dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Nasional .....	45
C. Bisnis Kuliner yang Sesuai dengan Kaidah Hukum Islam dan Hukum Nasional .....	61
<b>BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran.....	71

#### **DAFTAR PUSTAKA**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Islam merupakan agama yang mengatur berbagai perilaku kehidupan manusia, tidak hanya mengatur urusan dalam hal peribadahan saja, namun Islam juga mengatur dalam hal urusan sosial dan ekonomi. Islam juga menghalalkan berbagai usaha seperti halnya perdagangan, perniagaan, atau jual beli yang di dalamnya termasuk bisnis.

Semakin maju perkembangan jaman dan perubahan pola hidup manusia menyebabkan kebutuhan manusia juga berubah, terutama dalam kebutuhan primer yang salah satunya adalah makanan dan minuman. Semakin meningkatnya kebutuhan pangan tersebut, tentunya akan mendatangkan peluang-peluang bisnis yang dapat dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Perkembangan usaha makanan dan minuman yang pesat dapat dilihat dari banyaknya pemanfaatan usaha tersebut dalam penyediaan makanan dan minuman siap jadi dan salah satunya adalah usaha kuliner.

Bisnis kuliner ini banyak diminati oleh masyarakat Indonesia dan hal ini terlihat dari semakin banyaknya jumlah bisnis kuliner yang berhasil dan berkembang pesat. Pesatnya bisnis kuliner tersebut, akhir-akhir ini menggairahkan minat pengusaha untuk merintis bisnis di bidang kuliner. Bisnis dibidang kuliner (makanan dan minuman) akhir-akhir ini menjadi primadona dan memiliki daya tarik tersendiri bagi para pelaku usaha yang ingin memulai usahanya atau bahkan memperluas jaringan usahanya dengan berbagai sistem, bentuk dan model

perjanjian kerjasama bisnis. Tempat-tempat usaha kuliner yang menawarkan berbagai bentuk olahan makanan dan minuman yang beraneka ragam sangatlah mudah untuk dijumpai.

Mengonsumsi makanan jelas harus mengikuti aturan yang telah ditentukan oleh syariat dan diantara aturan ini adalah sebagaimana yang dijelaskan dalam firman Allah swt surat Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَّالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ  
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ١٦٨

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

Pada dasarnya semua makanan dan minuman yang berasal dari tumbuh-tumbuhan, sayur-sayuran, buah-buahan dan hewan adalah halal kecuali yang beracun dan membahayakan kesehatan manusia. Termasuk makanan yang halal adalah:

1. Bukan terdiri dari atau mengandung bagian atau benda dari binatang yang dilarang oleh ajaran Islam untuk memakannya atau yang tidak disembelih menurut ajaran Islam.
2. Tidak mengandung sesuatu yang digolongkan sebagai najis menurut ajaran Islam.
3. Tidak mengandung bahan penolong dan atau bahantambahan yang diharamkan menurut ajaran Islam.
4. Dalam proses, menyimpan dan menghidangkan tidak bersentuhan atau berdekatan dengan makanan yang tidak memenuhi persyaratan atau benda yang dihukumkan sebagai najis menurut ajaran Islam.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Kementerian Agama RI. 2017. *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*. Jakarta: Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Prodk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, halaman 7.

Islam mensyariatkan untuk dapat meraih harta yang halal harus sesuai antara niat, proses, dan sarana yang digunakan. Sekalipun didahului dengan niat (motif) yang baik, akan tetapi jika proses dan sarananya yang dipakai tidak dibenarkan oleh agama Islam, maka niscaya harta yang dihasilkan tidak akan berkah dan haram hukumnya.

Salah satu fenomena yang marak sekarang ini di adalah praktek jual beli makanan dengan sebutan nama atau simbol ekstrem. Makanan dengan sebutan nama atau simbol ekstrem ini sendiri sudah marak terjadi di tengah-tengah masyarakat. Hampir setiap kuliner yang berlabel ekstrem tersebut tidak pernah sepi dari pengunjung dan itu semua merupakan strategi bisnis untuk menarik pengunjung.

Contoh salah satu produk labelisasi yang saat ini menjadi trend di masyarakat adalah bakso setan, mie jablay, bakso upil, bakso beranak, bakso kloset, bakso tulang rusuk setan, nasi kucing, es kuntilanak, es pocong, sate mayat, mie ronggeng, nasi tuyul, teri buto ijo, mie gra ndong, sambel iblis, kripik setan, ayam rambut setan, dan mie rampok. Penggunaan kata-kata ekstrem seperti neraka, setan dan iblis untuk dipergunakan sebagai nama produk makanan, minuman dan lainnya untuk nama produk kuliner biasanya dipergunakan untuk menggambarkan tingkat kepedasan ekstrem.

Majelis Ulama Indonesia Sumatera Barat menyatakan haram hukumnya memberi nama sebuah produk dengan nama neraka, setan, dan iblis. Utamanya untuk produk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan pakaian. Alasannya dilarang di dalam Islam yaitu kalau menyangkut hal-hal yang prinsip di dalam Islam terkait soal akidah seperti kata neraka, setan, iblis maka hukumnya haram.

MUI juga mengeluarkan sejumlah rekomendasi terkait hal itu yaitu kepada pemerintah agar melahirkan regulasi dalam rangka implementasi fatwa ini. Kemudian pemerintah agar menindaklanjuti fatwa ini dalam bentuk imbauan dan sosialisasi kepada masyarakat.<sup>2</sup>

Fenomena penggunaan nama-nama (istilah) yang diharamkan dalam ajaran agama Islam tersebut menjadi menarik, karena penggunaan nama-nama (istilah) ini tidak ada dilarang secara tegas di dalam Pasal 20 huruf a Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis bahwa merek tidak dapat didaftar jika bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum.

Bentuk usaha dan bisnis kuliner yang memiliki inovasi dan kreatif dengan bentuk, tekstur, tempat, bahkan nama-nama makanan yang unik dan ekstrem, sehingga penulis ingin meneliti tentang pandangan hukum Islam dan hukum nasional melihat jual beli usaha kuliner dengan sebutan nama-nama ekstrem sehingga dipilih skripsi yang berjudul, **“Kajian Hukum Tentang Bisnis Kuliner Dengan Menggunakan Simbol Ekstrem Dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Nasional”**.

### **1. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah:

- a. Bagaimana ketentuan hukum dalam bisnis kuliner dengan menggunakan nama dan simbol ekstrem dalam perspektif hukum Islam dan Hukum Nasional?

---

<sup>2</sup> Pebriansyah Ariefana, MUI Haram Kasih Nama Produk Neraka, Setan dan Iblis”, melalui <https://www.suara.com/news>, diakses Senin, 17 Pebruari 2020, Pukul 21.00 Wib.



- b. Bagaimana akibat hukum bisnis kuliner dengan menggunakan nama dan simbol ekstrem dalam perspektif hukum Islam dan Hukum Nasional?
- c. Bagaimana bisnis kuliner yang sesuai dengan kaidah hukum Islam dan Hukum Nasional?

## **2. Faedah Penelitian**

Faedah dalam penulisan ini dapat memberikan manfaat:

- a. Secara teoritis diharapkan dapat menjadi bahan untuk pengembangan wawasan dan untuk memperkaya khasanah ilmu pengetahuan, menambah dan melengkapi perbendaharaan karya ilmiah serta memberikan kontribusi pemikiran yang membahas tentang bisnis kuliner dengan menggunakan nama dan simbol ekstrem dalam perspektif hukum Islam dan hukum nasional.
- b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua masyarakat, terutama yang terlibat dalam praktek jual beli makanan dengan sebutan nama dan simbol ekstrem dan agar dapat berhati-hati dalam melakukan transaksi, sehingga apa yang ditransaksikan tidak melanggar norma-norma syariah dan hukum nasional.

## **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui ketentuan hukum dalam bisnis kuliner dengan menggunakan nama dan simbol ekstrem dalam perspektif hukum Islam dan Hukum Nasional.

2. Untuk mengetahui akibat hukum bisnis kuliner dengan menggunakan nama dan simbol ekstrem dalam perspektif hukum Islam dan Hukum Nasional.
3. Untuk mengetahui bisnis kuliner yang sesuai dengan kaidah hukum Islam dan Hukum Nasional.

### C. Definisi Operasional

Definisi operasional atau kerangka konsep adalah kerangka yang menggambarkan hubungan antara definisi-definisi atau konsep-konsep khusus yang akan diteliti. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

1. Kajian yuridis adalah menurut hukum, berdasarkan hukum (*rechters*).<sup>3</sup>
2. Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba.
3. Kuliner adalah suatu bagian hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari karena setiap orang memerlukan makanan yang sangat dibutuhkan sehari-hari mulai dari makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi dan mewah dan semua itu membutuhkan pengolahan yang serba berkualitas dan bergizi.
4. Ekstrem adalah kalimat atau kata-kata atau istilah yang dipergunakan pada merek jasa dalam menjalankan usaha kuliner.
5. Hukum Islam adalah ketentuan yang ditetapkan Allah Swt yang dijelaskan oleh rasulNya tentang pengaturan semua aspek kehidupan manusia dalam mencapai kehidupan yang baik di dunia dan akhirat kelak.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Sudarsono. 2016. *Kamus Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta, halaman 201.

<sup>4</sup> Suparman Usman. 2015. *Hukum Islam*. Jakarta: Gaya Media Pratama, halaman 17.

6. Hukum nasional adalah peeraturan perundang-undangan di Indonesia yang mengatur tentang bisnis kuliner.

#### **D. Keaslian Penelitian**

Berdasarkan pemeriksaan yang telah dilakukan oleh peneliti di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara diketahui bahwa penelitian tentang “Kajian Yuridis Tentang Bisnis Kuliner Dengan Menggunakan Nama Ekstrem Dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Nasional” belum pernah dilakukan penelitian. Peneliti mencantumkan karya tulis ilmiah yang temanya hampir sama dengan judul penelitian di atas, tetapi memiliki perbedaan dalam perumusan masalah yang dibahas yaitu:

1. Skripsi Kiki Kurnia, NPM:1421030300, mahasiswa Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Tahun 2018 yang berjudul: Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Makanan Dengan Sebutan Nama-Nama Aneh (Studi di Bandar Lampung). Skripsi ini merupakan penelitian yuridis empiris yang lebih menekankan pada hukum dari bahan-bahan dalam jual beli makanan dengan sebutan nama-nama aneh di Bandar Lampung, praktek jual beli makanan dengan sebutan nama-nama aneh di Bandar Lampung serta pandangan hukum Islam tentang pemberian nama pada makanan dengan sebutan nama-nama aneh di Bandar Lampung.
2. Skripsi Rafika Sari, NIM: 10220082 mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Tahun 2014 yang berjudul: Tinjauan Hukum Islam Terhadap Produk Produk Makanan Berlabel Ekstrim Di Kota Malang. Skripsi ini merupakan penelitian yuridis empiris yang

membahas tentang latar belakang lahirnya produk-produk makanan berlabel eskrim di Kota Malang serta penggunaan label eskrim pada produk-produk makanan di Kota Malang.

Berdasarkan penelitian tersebut di atas, maka pembahasan yang dibahas di dalam skripsi ini berbeda dengan permasalahan di atas. Kajian topik bahasan yang penulis angkat dalam bentuk skripsi ini mengarah kepada aspek hukum dalam bisnis kuliner dengan menggunakan nama ekstrem dalam perspektif hukum Islam dan Hukum Nasional serta akibat hukum bisnis kuliner dengan menggunakan nama ekstrem dalam perspektif hukum Islam dan hukum nasional sehingga dikatakan murni hasil pemikiran penulis yang dikaitkan dengan teori-teori hukum yang berlaku maupun doktrin-doktrin yang ada, sehingga penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya secara ilmiah atau secara akademik.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan pendekatan penelitian**

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan yuridis normatif. Penelitian hukum normatif disebut juga penelitian hukum doktrinal, dimana hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) dan pendekatan penelitian perbandingan hukum yang dilakukan menurut peraturan perundang-undangan tertentu atau hukum tertulis.<sup>5</sup>

### **2. Sifat Penelitian**

---

<sup>5</sup>Ida Hanifah, dkk. 2018. *Pedoman Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa*. Medan: FH. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, halaman 19.

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis yaitu penelitian yang hanya semata-mata melukiskan keadaan objek atau peristiwanya tanpa suatu maksud untuk mengambil kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum. Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif yaitu penelitian terhadap asas-asas hukum.<sup>6</sup> Penelitian hukum ini juga disebut sebagai penelitian kepustakaan ataupun studi dokumen disebabkan penelitian ini lebih banyak dilakukan terhadap data yang bersifat sekunder yang ada di perpustakaan.

### 3. Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini didapatkan melalui:

- a. Data yang bersumber dari hukum Islam yaitu Al-Qurán dan Hadist (Sunah Rasul). Data yang bersumber dari Hukum Islam tersebut lazim disebut pula sebagai data kewahyuan.<sup>7</sup>
- b. Data sekunder yang terdiri dari:
  - 1) Bahan hukum primer yaitu peraturan perundang-undangan, dalam penelitian ini dipergunakan yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
  - 2) Bahan hukum sekunder yaitu berupa buku bacaan yang relevan dengan penelitian ini.
  - 3) Bahan hukum tersier misalnya ensiklopedia, bahan dari internet, bibliografi dan sebagainya.

### 4. Alat pengumpul data

---

<sup>6</sup> Bambang Sunggono. 2018. *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, halaman 184.

<sup>7</sup> Ida Hanifah dkk. *Op. Cit.*, halaman 20.

Alat pengumpul data dalam penelitian ini adalah kepustakaan (*library research*) untuk mendapatkan gambaran atau informasi tentang penelitian yang sejenis dan berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Studi kepustakaan (*library research*) dilakukan dengan dua cara yaitu:

- a. *Offline* yaitu menghimpun data studi kepustakaan (*library research*) secara langsung dengan mengunjungi toko-toko buku, perpustakaan guna menghimpun data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian.
- b. *Online* yaitu studi kepustakaan (*library research*) yang dilakukan dengan cara *searching* melalui media internet guna menghimpun data skunder yang dibutuhkan dalam penelitian.

#### 5. Analisis data

Data yang dikumpulkan melalui studi kepustakaan dianalisis dengan analisis kualitatif. Analisis kualitatif adalah analisa yang didasarkan pada paradigma hubungan dinamis antara teori, konsep-konsep dan data yang merupakan umpan balik atau modifikasi yang tetap dari teori dan konsep yang didasarkan pada data yang dikumpulkan dan berhubungan dengan kecurangan pelaku usaha terhadap pelaku usaha lain dengan cara mengambil keuntungan dengan meniru merek.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Pengertian Kuliner

Kata kuliner merupakan unsur serapan bahasa Inggris yaitu *culinary* yang berarti berhubungan dengan memasak sedangkan orang yang bekerja di bidang kuliner disebut koki atau *chef*. Kuliner adalah hasil olahan yang berupa masakan berupa lauk pauk, makanan (panganan), dan minuman. Istilah kuliner sering didengar, dibaca lewat media cetak maupun audio visual. Pengertian kuliner tidak terlepas dari kegiatan memasak yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari.<sup>8</sup>

Bisnis makanan (kuliner) merupakan salah satu bisnis yang dewasa ini berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar. Sudah banyak pelaku usaha yang meraup untung dari usaha kuliner ini. Namun tidak sedikit pula pelaku usaha kuliner yang gulung tikar alias bangkrut, karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat dan kualitas pelayanan yang kurang optimal. Artinya keberhasilan sebuah bisnis kuliner dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang dijalani dengan konsumen.

Hubungan baik akan tercipta bila sebuah bisnis kuliner mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen. Selain itu kepuasan pelanggan juga merupakan sumber informasi yang efektif

---

<sup>8</sup> Daniel Maengkom, *Kuliner*, melalui <https://indogastronomi.wordpress.com>. diakses Senin, 17 Februari 2020, Pukul 21.00 Wib.

bagi manajemen dalam melakukan perbaikan terhadap layanannya. Salah satu cara yang dilakukan oleh sebuah bisnis kuliner untuk memberikan kepuasan bagi pelanggannya adalah dengan produk yang *higiene* dan berkualitas serta kualitas pelayanan yang baik.

## **B. Merek Bisnis dan Fungsinya dalam Kegiatan Usaha**

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, bahwa merek adalah tanda-tanda yang berupa gambar, nama, kata huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam perdagangan barang atau jasa.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat diketahui bahwa merek sebagai tanda dengan daya pembeda yang digunakan untuk perdagangan barang dan/atau jasa, sehingga merek harus memiliki elemen:

1. Tanda dengan daya pembeda;
2. Tanda tersebut harus digunakan;
3. Untuk perdagangan barang dan/atau jasa.<sup>9</sup>

Merek berfungsi sebagai pembeda dari produk barang atau jasa yang dibuat oleh seseorang atau badan hukum dengan produk barang atau jasa yang dibuat oleh seseorang atau badan hukum lain. Barang atau jasa yang dibuat oleh seseorang atau badan hukum tersebut merupakan barang atau jasa yang sejenis sehingga perlu diberi tanda pengenal untuk membedakannya. Sejenis di sini

---

<sup>9</sup>Rahmi Jened. 2015. *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, Jakarta: Prenadamedia Group, halaman 6.



bahwa barang atau jasa yang diperdagangkan tersebut harus termasuk dalam kelas barang atau jasa yang sama pula.<sup>10</sup>

Merek merupakan definisi hukum yang memberikan perlindungan dan upaya pemulihan jika suatu tanda perdagangan digunakan oleh pihak yang tidak memiliki kewenangan untuk itu. Merek dapat lebih luas dan lebih sempit dari nilai suatu cap sebagai suatu cirri pembeda (*a distinctive character*) dari barang dan jasa suatu perusahaan dengan barang dan/atau jasa perusahaan lain.<sup>11</sup>

Merek tidak hanya berupa gambar-gambar saja namun juga dapat berupa kata-kata dan angka-angka serta berupa susunan warna-warna saja atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut namun harus mempunyai daya pembeda dari yang lain dan harus digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Lahirnya hak merek adalah melalui pendaftaran merek yang bersangkutan pada Direktorat Jenderal HaKI. Merek terdaftar mendapatkan perlindungan selama 10 (sepuluh) tahun dan berlaku surut sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang. Permohonan perpanjangan diajukan secara tertulis oleh pemilik merek atau kuasanya dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi merek terdaftar tersebut.<sup>12</sup>

Tujuan dari pendaftaran merek tersebut adalah selain untuk syarat lahirnya hak merek, juga sebagai perlindungan hukum terhadap merek yang telah

---

<sup>10</sup> Rachmadi Usman. 2016. *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan dan Dimensi Hukumnya Di Indonesia*, Bandung: Alumni, halaman 322.

<sup>11</sup> Rahmi Jened, *Op.Cit*, halaman 6.

<sup>12</sup> Much. Nurachmad. 2015. *Segala Tentang HAKI Indonesia*. Jakarta: Buku Biru, halaman 68.

didaftarkan tersebut, hal ini dilakukan untuk melindungi pemilik merek tersebut dari kecurangan-kecurangan yang mungkin timbul di dalam dunia usaha akibat perlakuan dari pemilik merek yang tidak terdaftar secara jelas, dan untuk melindungi masyarakat pengguna barang dan jasa dari tindakan-tindakan curang tersebut dalam dunia perdagangan dan dunia usaha.

Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang-barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya. Merek Dagang harus dibedakan dari Merek Jasa, karena Merek Dagang hanya untuk barang-barang yang diperdagangkan sehingga dapat dibedakan barang tersebut dari yang lainnya meskipun jenisnya sama sehingga dapat diketahui perusahaan mana atau siapa yang memproduksi barang tersebut yang akan berbeda dengan merek perusahaan lain yang juga memproduksi barang-barang dengan jenis yang sama.

Persyaratan tanda pembeda muncul dalam merek mengingat merek adalah definisi hukum untuk membedakan barang dan/atau jasa dari perusahaan satu terhadap barang dan/atau jasa dari perusahaan lainnya. Tujuan merek adalah untuk membedakan barang dan/atau jasa dari perusahaan satu terhadap barang dan/atau jasa dari perusahaan lainnya untuk membedakan sumber (*distinguish source*) yang memungkinkan konsumen untuk membedakan sumber suatu produk.<sup>13</sup>

Mengenai merek-merek yang tidak didaftarkan tentu saja tidak akan diberikan hak khusus kepada pemilik merek tersebut oleh negara meskipun

---

<sup>13</sup> Rahmi Jened, *Op.Cit*, halaman 62.

sebenarnya merek yang bersangkutan telah lama atau dipunyainya sejak dahulu. Sebagaimana diketahui bahwa merek adalah hak khusus bagi penemu maupun penerima hak untuk mengumumkan dan memperbanyak mereknya maupun memberi izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dengan hak khusus dari merek dimaksudkan bahwa tidak ada orang lain yang boleh melakukan hak itu atau orang lain kecuali dengan izin pemilik merek.

Hak merek dianggap sebagai benda bergerak dan hak merek dapat beralih atau dialihkan baik seluruhnya maupun sebagian karena:

1. Pewarisan;
2. Wasiat;
3. Hibah;
4. Perjanjian;
5. Sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan.<sup>14</sup>

Hak merek dianggap benda yang bergerak dan immateril sehingga hak merek tidak dapat dialihkan secara lisan, harus dengan akta otentik atau akta di bawah tangan. Hak merek yang dimiliki oleh penemu merek, demikian pula hak merek yang tidak diumumkan yang setelah penemu mereknya meninggal dunia menjadi milik ahli warisnya atau penerima wasiat dan tidak dapat disita.

Pemilik merek yang mempergunakan dan memanfaatkan hak merek mempunyai keterikatan dengan undang-undang. Dimaksud dengan keterikatan di sini adalah pemilik merek atau penerima hak dalam mengumumkan dan

---

<sup>14</sup> Much. Nurachmad, *Op.Cit*, halaman 70.

memperbanyak mereknya harus melihat pembatasan-pembatasan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Pembatasan yang dilakukan terhadap hak merek untuk mencegah terjadinya perbuatan melanggar hukum.

Merek bagi pihak produsen digunakan untuk jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas, kemudahan pemakaiannya atau hal-hal lain yang pada umumnya berkenaan dengan teknologinya, sedangkan bagi pedagang merek digunakan untuk promosi barang-barang dagangannya guna mencari dan meluaskan pasaran. Dari pihak konsumen merek digunakan untuk mengadakan pilihan barang yang akan dibeli.<sup>15</sup>

Hak atas merek pada dasarnya memiliki hak eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada orang lain untuk menggunakannya.

Sebuah merek dapat disebut merek bila memenuhi syarat mutlak berupa adanya data pembeda yang cukup (*capable of distinguishing*). Maksudnya tanda yang dipakai (*sign*) tersebut mempunyai kekuatan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi sesuatu perusahaan dari perusahaan lainnya. Untuk mempunyai data pembeda ini merek harus dapat memberikan penentuan (*individualising*) pada barang atau jasa yang bersangkutan.<sup>16</sup>

Merek itu harus merupakan suatu tanda yang dapat dicantumkan pada barang bersangkutan atau bungkusan dari barang itu. Jika suatu barang hasil produksi suatu perusahaan tidak mempunyai kekuatan pembedaan dianggap

---

<sup>15</sup>Rachmadi Usman, *Op.Cit*, halaman 322.

<sup>16</sup>*Ibid*, halaman 326.

sebagai tidak cukup mempunyai kekuatan pembedaan dan karenanya bukan merupakan merek.<sup>17</sup>

Hak merek dianggap telah lahir sejak didaftarkan di Kantor Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Sehubungan dengan itu, tujuan dari pendaftaran merek tersebut adalah selain untuk syarat lahirnya hak merek, juga sebagai perlindungan hukum terhadap merek yang telah didaftarkan tersebut, hal ini dilakukan untuk melindungi pemilik merek tersebut dari kecurangan-kecurangan yang mungkin timbul di dalam dunia usaha akibat perlakuan dari pemilik merek-merek yang tidak terdaftar secara jelas, dan untuk melindungi masyarakat pengguna barang dan jasa dari tindakan-tindakan curang tersebut dalam dunia perdagangan dan dunia usaha.

Merek-merek yang telah didaftarkan akan diumumkan kepada khalayak ramai untuk memenuhi asas publisitasnya dan hal ini wajib dilakukan guna memenuhi asas tersebut, karena kalau tidak maka hak merek tersebut bukanlah bagian dari hak milik intelektual yang mana mempunyai asas publisitas. Hal ini dilakukan untuk melindungi pemilik sah dari merek tersebut bila ternyata pemohon pendaftaran tersebut bukanlah pemilik yang berhak atas merek yang bersangkutan.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis menganut sistem pendaftaran konstitutif sehingga menimbulkan hak apabila sudah didaftarkan oleh si pemilik. Pendaftaran atas merek merupakan suatu keharusan. Berikut ini adalah prosedur pendaftaran merek yang diatur dalam

---

<sup>17</sup> *Ibid.*

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Permohonan pendaftaran merek diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 10 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Syarat dan tata cara permohonan pendaftaran merek kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual adalah diajukan secara tertulis.

Menurut Pasal 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, bahwa permohonan pendaftaran Merek diajukan oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia. Permohonan harus mencantumkan:

1. Tanggal, bulan, dan tahun Permohonan;
2. Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon;
3. Nama lengkap dan alamat Kuasa jika Permohonan diajukan melalui Kuasa;
4. Warna jika Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna;
5. Nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas; dan
6. Kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.

Permohonan ditandatangani pemohon atau kuasanya dan permohonan dilampiri dengan label merek dan bukti pembayaran biaya. Biaya permohonan pendaftaran merek ditentukan per kelas barang dan/atau jasa. Dalam hal merek sebagaimana berupa bentuk 3 (tiga) dimensi, label merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik dari merek tersebut dan dalam hal merek berupa suara, label merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara. Permohonan wajib

dilampiri dengan surat pernyataan kepemilikan merek yang dimohonkan pendaftarannya.

Pasal 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, bahwa permohonan diajukan oleh lebih dan satu pemohon yang secara bersama-sama berhak atas merek tersebut, semua nama pemohon dicantumkan dengan memilih salah satu alamat sebagai alamat pemohon. Permohonan ditandatangani oleh salah satu dari Pemohon yang berhak atas merek tersebut dengan melampirkan persetujuan tertulis dari para Pemohon yang mewakilkan. Permohonan yang salah seorang pemohonnya atau lebih warga negara asing dan badan hukum asing yang berdomisili di luar negeri wajib diajukan melalui kuasa. Permohonan yang diajukan melalui kuasanya, surat kuasa untuk itu ditandatangani oleh semua pihak yang berhak atas merek tersebut.

Pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, bahwa permohonan untuk lebih dari 1 (satu) kelas barang dan/atau jasa dapat diajukan dalam satu permohonan. Permohonan harus menyebutkan jenis barang dan/atau jasa yang termasuk dalam kelas yang dimohonkan pendaftarannya. Permohonan untuk dua kelas barang atau lebih dan/atau jasa dapat diajukan dalam satu permohonan, tetapi harus menyebutkan jenis barang dan/atau jasa yang termasuk dalam kelas yang dimohonkan pendaftarannya.

Menurut Pasal 7 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, bahwa permohonan dan hal yang berkaitan dengan administrasi merek yang diajukan oleh pemohon yang bertempat tinggal atau

berkedudukan tetap di luar wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia wajib diajukan melalui Kuasa dan pemohon wajib menyatakan dan memilih alamat kuasa sebagai domisili hukum di Indonesia. Ketentuan ini berlaku pula bagi permintaan pendaftaran merek dengan menggunakan hak prioritas.

Menurut Pasal 9 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis bahwa permohonan dengan menggunakan hak prioritas harus diajukan dalam waktu paling lama 6 (enam) bulan terhitung sejak tanggal penerimaan permohonan pendaftaran merek yang pertama kali diterima di negara lain yang merupakan anggota konvensi Paris tentang Pelindungan Kekayaan Industri (*Paris Convention for the Protection of Industrial Property*) atau anggota persetujuan pembentukan organisasi perdagangan dunia (*Agreement Establishing the World Trade Organization*).

Menurut Pasal 11 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, permohonan diajukan dengan memenuhi semua kelengkapan persyaratan pendaftaran Merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, Pasal 5, Pasal 6, Pasal 7, Pasal 9, dan Pasal 10. Kekurangan kelengkapan persyaratan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, Pasal 5, Pasal 6, dan/atau Pasal 7, dalam jangka waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari sejak tanggal penerimaan, kepada pemohon diberitahukan agar kelengkapan persyaratan tersebut dipenuhi dalam jangka waktu paling lama 2 (dua) bulan terhitung sejak tanggal pengiriman surat pemberitahuan untuk memenuhi kelengkapan persyaratan.

Kekurangan menyangkut kelengkapan persyaratan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10, jangka waktu pemenuhan kekurangan kelengkapan persyaratan



tersebut paling lama 3 (tiga) bulan dihitung sejak berakhirnya jangka waktu pengajuan permohonan dengan menggunakan hak prioritas. Kelengkapan persyaratan permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) belum terpenuhi karena adanya bencana alam atau keadaan memaksa di luar kemampuan manusia, pemohon atau kuasanya dapat mengajukan permohonan secara tertulis mengenai perpanjangan jangka waktu pemenuhan kelengkapan persyaratan dimaksud.

Tanggal dimulai diumumkannya permintaan pendaftaran merek dicatat oleh kantor Merek. Menurut Pasal 15 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, pengumuman dilakukan dengan mencantumkan:

1. Nama dan alamat pemohon, termasuk kuasa jika permohonan diajukan melalui kuasa;
2. Kelas dan jenis barang dan/atau jasa;
3. Tanggal penerimaan;
4. Nama negara dan tanggal penerimaan permohonan yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan menggunakan hak prioritas;
5. Label merek, termasuk keterangan mengenai warna dan jika label merek menggunakan bahasa asing dan/atau huruf selain huruf Latin dan/atau angka yang tidak lazim digunakan dalam bahasa Indonesia, disertai terjemahannya ke dalam bahasa Indonesia, huruf Latin atau angka yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia, serta cara pengucapannya dalam ejaan Latin.

Selama jangka waktu pengumuman, setiap orang atau badan hukum dapat mengajukan keberatan secara tertulis kepada Kantor Merek atas permintaan pendaftaran merek yang bersangkutan. Keberadaan tersebut dapat diajukan apabila terdapat alasan yang cukup disertai bukti bahwa merek yang dimintakan pendaftarannya adalah merek yang berdasarkan undang-undang harus ditolak atau tidak dapat didaftar.

Keputusan Komisi Banding Merek diberikan paling lama 3 (tiga) bulan terhitung sejak tanggal penerimaan permohonan banding, apabila Komisi Banding Merek mengabulkan permohonan banding, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual melakukan pengumuman apabila belum dilakukan pengumuman dalam Berita Resmi Merek. Komisi Banding Merek menolak permohonan banding, Pemohon atau Kuasanya dapat mengajukan gugatan atas putusan penolakan permohonan banding kepada Pengadilan Niaga, dalam waktu paling lama 3 (tiga) bulan terhitung sejak diterimanya keputusan penolakan tersebut dan terhadap keputusan Pengadilan Niaga hanya dapat diajukan kasasi.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur ketentuan merek yang tidak dapat didaftar dan ditolak. Ketentuan tersebut di dalam UU Merek dan Indikasi Geografis diatur dalam Pasal 20, Pasal 21, dan 37 Pasal 22. Menurut Rahmi Jened bahwa merek tidak dapat didaftar apabila:

1. Bertentangan dengan undang-undang yang berlaku, contohnya merek bergambar daun canibus atau ganja karena menyangkut materi yang dilarang dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1997 Tentang Pskitropika. Merek yang berupa atribut komunis atau Nazi karena menyangkut materi yang dilarang dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1966 tentang Larangan Partai Komunis Indonesia dan Organisasi Masanya.
2. Merek juga tidak dapat didaftarkan jika bertentangan dengan moralitas agama, comtoh merek yang menyerupai nama Allah dan Rasulnya.
3. Merek juga tidak dapat didaftarkan jika bertentangan dengan kesusilaan, contohnya adalah merek yang berisi kata-kata porno atau tidak sopan.
4. Merek yang bertentangan dengan ketertiban umum. Contohnya gambar yang bersifat serangan yang tidak beralasan (*gratuitous offensive*) hal-hal yang bersifat rasial (*racist*).<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Rahmi Jened, *Op.Cit*, halaman 99.

Alasan tidak dapat didaftarkannya merek tersebut menyangkut kebijakan publik (*public policy*) suatu negara yang penerapannya dengan melihat norma dan nilai-nilai moral yang yang diterima masyarakat setempat. Namun kesulitannya jika terjadi perbedaan norma dan nilai-nilai moral tersebut, sehingga mungkin saja suatu tanda dapat didaftarkan di suatu negara tetapi ditolak pendaftarannya di negara lain.

Menurut Rachmadi Usman bahwa permohonan pendaftaran merek juga harus ditolak Jenderal HaKI, apabila merek tersebut:

1. Merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto atau nama badan hukum yang digunakan sebagai merek dan dalam Daftar Umum Merek yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak.
2. Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambing atau simbol atau emblem negara atau lembaga nasional (termasuk organisasi masyarakat ataupun organisasi sosial politik) maupun internasional kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.
3. Merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.<sup>19</sup>

Merek juga tidak dapat didaftarkan jika tidak memiliki daya pembeda atau daya pembeda yang seharusnya menjadi penentu sangat lemah, contohnya tanda yang berupa satu tanda garis atau satu titik saja, ataupun tanda yang terlalu rumit sehingga tidak jelas. Merek juga tidak dapat didaftarkan jika tanda tersebut telah menjadi milik umum, contoh merek berupa tanda tengkorak di atas dua tulang bersilang yang secara umum telah diketahui sebagai tanda bahaya, tanda produk daur ulang, tanda produk *fragile* (mudah pecah), tanda lalu lintas (*traffic light*), tanda farmasi.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Rachmadi Usman, *Op.Cit*, halaman 330.

<sup>20</sup> Rahmi Jened, *Op.Cit*, halaman 122.

Tanda-tanda tersebut merupakan tanda milik umum yang terdiri dari tanda atau indikasi yang menunjukkan kelaziman atau kebiasaan terkait dengan bahasa yang dikenali secara nasional atau internasional digunakan dalam praktik perdagangan yang jujur. Tanda seperti itu adalah tanda yang bersifat umum dan telah menjadi milik umum (*public domain*). Mereka yang menggunakan tanda semacam ini harus tidak dapat diterima pendaftarannya, meskipun telah dicoba untuk dibangun *secondary meaning*. Hal ini mengingat tidak adil untuk memberikan monopoli sesuatu yang menjadi milik umum (*public domain*) karena menyangkut hak masyarakat yang lebih luas.<sup>21</sup>

Menurut Rachmadi Usman bahwa tidak semua tanda dapat dapat didaftar sebagai merek. Hanya tanda-tanda yang memenuhi syarat di bawah ini yang dapat didaftarkan sebagai merek yaitu:

1. Mempunyai daya pembeda (*distinctive distinguish*);
2. Merupakan tanda pada barang dagang atau jasa yang dapat berupa gambar (lukisan), nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan, warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut;
3. Tanda tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan atau ketertiban umum, bukan tanda bersifat umum dan tidak menjadi milik umum atau bukan merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.
4. Tanda tersebut juga tidak mempunyai persamaan dengan merek lain yang terdaftar lebih dahulu, merek terkenal, atau indikasi geografis yang sudah dikenal;
5. Tidak merupakan, menyerupai atau tiruan tanda lainnya yang dimiliki oleh suatu lembaga atau negara tertentu.<sup>22</sup>

Merek sebagai tanda pengenal akan dapat menggambarkan jaminan kepribadian dan reputasi barang dan jasa hasil usahanya sewaktu diperdagangkan.

---

<sup>21</sup> *Ibid*, halaman 123.

<sup>22</sup> Rachmadi Usman, *Op.Cit*, halaman 331.

Merek dari sisi produsen digunakan sebagai jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas kemudian pemakaiannya. Merek dari segi pedagang, digunakan untuk promosi barang-barang dagangannya guna mencari dan meluaskan pasar dan dari sisi konsumen, merek diperlukan untuk melakukan pilihan barang yang akan dibeli.

Pasal 1 butir 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan bahwa merek terdaftar memiliki hak eksklusif untuk melarang pihak ketiga yang tanpa izin dan sepengetahuan pemilik merek tersebut untuk memakai merek yang sama untuk barang dan/atau jasa yang telah didaftarkan terlebih dahulu.

Merek yang didaftarkan adalah yang memiliki kekuatan daya pembeda atau *distinctive power*. Melalui daya pembeda, merek mewujudkan ciri identitas dan individualitas tertentu yang membedakannya dari merek orang lain. Pancaran wujud identitas atau individualitas, menjadi alat pengukur bagi Direktorat Jenderal dan pemilik merek untuk melakukan pengawasan terhadap pelanggaran hak perlindungan hukum atas merek. Demikian pentingnya peranan merek ini, sehingga terhadapnya dilekatkan perlindungan hukum, yakni sebagai objek terhadapnya terkait hak-hak perseorangan atau badan hukum. Kebutuhan akan perlindungan hukum atas merek semakin berkembang pesat setelah banyak pihak melakukan tindak kecurangan, terlebih setelah dunia perdagangan semakin maju dan berkembang pesat.

Lingkup perlindungan hukum yang harus diberikan dan diterapkan terhadap hak eksklusif sebagai hak milik berdasar pada landasan sifat hak milik atas merek yang bersifat absolut, hukum harus memberi jaminan perlindungan penuh bagi siapa saja yang mengganggu setiap kegiatan yang dilakukan pemilik sepanjang tindakan itu masih dalam batas lingkup hak khusus dan lingkup perlindungan yang diberikan undang-undang.

Merek berfungsi untuk memberi identitas pada barang atau jasa dan berfungsi menjamin kualitas suatu barang dan jasa bagi konsumen. Bagi orang yang sudah membeli suatu produk dengan merek tertentu dan merasa puas akan kualitas produk barang atau jasa tersebut akan mencari produk dengan merek yang sama di lain waktu. Merek juga dapat menjadi *advertising tool* untuk membantu periklanan dan promosi suatu produk.

## C. Hukum Islam dan Hukum Nasional

### 1. Hukum Islam

Ada beberapa istilah kunci yang tetap muncul ketika membicarakan hukum Islam yaitu syariat, fiqh, *qanun*, fatwa, *qadha*, *siyasah syar'iyah* dan hukum. Hukum Islam pada hakikatnya adalah hukum yang bersumber dan menjadi bagian dari agama Islam mengingat pentingnya peristilahan ini, setiap orang dan kelompok cenderung memahaminya sesuai dengan kerangka pikirnya masing-masing.<sup>23</sup>

Kata hukum Islam sebenarnya tidak ditemukan seama sekali dalam Alquran, namun yang ada dalam Alquran adalah kata *syari'at*, *fiqh*, *hukm* dan

---

<sup>23</sup>Mahmud Yunus Daulay dan Nadlrah Naimi. 2016. *Studi Islam*, Jakarta: Ratu Jaya, halaman 2.

yang seakar dengannya.<sup>24</sup> Kata syari'ah Islam berasal dari bahasa Arab berarti jalan yang harus diikuti. Syari'ah bukan hanya jalan untuk mencapai keridhaan Allah melainkan juga jalan yang dipercayai seluruh umat Islam sebagai jalan petunjuk Allah Yang Maha Pencipta melalui utusan-Nya, Rasulullah Muhammad SAW. Islam meyakini bahwa hanya Allah sajalah Yang Maha Kuasa dan Allah semata yang diyakini berhak menetapkan syari'ah sebagai jalan dan petunjuk kehidupan bagi umat manusia. Dengan cara demikian, hanya syari'ah sajalah yang membedakan manusia dari perhambaan manusia kepada selain Allah. Dasar inilah yang menjadi sebab umat Islam diwajibkan berusaha keras untuk mewujudkan jalan tersebut dalam kehidupannya, dan bukan tidak melaksanakan syari'ah.<sup>25</sup>

Syari'ah secara langsung berasal dari perintah Allah, namun demikian di dalam memahami syari'ah ini ada sedikit bagian campur tangan yang diberikan kepada manusia untuk menafsirkan dan menjabarkan perintah wahyu Allah itu baik dengan metode deduksi analogis (*qiyas*) maupun dengan metode yang lain. Sumber utama syari'ah adalah *Al-quran al-Karim*, sementara sumber utama yang kedua adalah *al-Sunnah al-Rasulullah SAW*.<sup>26</sup>

Sumber hukum Islam yang ketiga disebut sebagai *Ijma'* yaitu kesepakatan pendapat (konsensus) pada ulama dan *Qiyas* yaitu deduksi analogis yang melengkapi pemahaman terinci terhadap Alquran dan Sunnah yang meliputi berbagai masalah yang timbul dalam kehidupan manusia. Hukum Islam bukan hanya sebuah teori saja namun adalah sebuah aturan-aturan untuk diterapkan di

---

<sup>24</sup> *Ibid*, halaman 3.

<sup>25</sup> Rahman I Doi. 2015. *Penjelasan Lengkap Hukum-Hukum Allah (Syariah)*. Jakarta: RajaGrafindo, halaman 3.

<sup>26</sup> *Ibid*, halaman 11.

dalam sendi kehidupan manusia. Karena banyak ditemui permasalahan-permasalahan, umumnya dalam bidang agama yang sering kali membuat pemikiran umat muslim yang cenderung kepada perbedaan.

#### **4. Hukum Nasional**

Hukum nasional adalah hukum yang dibangun oleh bangsa Indonesia, setelah Indonesia merdeka dan berlaku bagi penduduk Indonesia, terutama bagi warga negara Republik Indonesia sebagai pengganti hukum kolonial. Mewujudkan satu hukum nasional bagi bangsa Indonesia yang terdiri atas berbagai suku bangsa dengan budaya dan agama yang berbeda, ditambah dengan keanekaragaman hukum yang ditinggalkan oleh pemerintah kolonial dahulu, bukan pekerjaan mudah. Pembangunan hukum nasional akan berlaku bagi semua warga negara tanpa memandang agama, yang dipeluknya harus dilakukan dengan hati-hati, karena di antara agama yang dipeluk oleh warga negara Republik Indonesia ini ada agama yang tidak dapat dipisahkan dari hukum.

Hukum nasional tidak lain adalah sistem hukum yang bersumber dari nilai-nilai budaya bangsa yang sudah lama ada dan berkembang sekarang. Sistem hukum nasional adalah sebuah sistem hukum (meliputi materiil dan formil, pokok dan sektoral) yang dibangun berdasarkan ideologi negara Pancasila, UUD 1945 dan dapat juga bersumber pada hukum lain asal tidak bertentangan dengan jiwa Pancasila dan UUD 1945, serta berlaku di seluruh Indonesia.

Sistem hukum nasional seperti yang diutarakan di atas tersebut masih belum dapat terwujud sepenuhnya di Indonesia. Masih begitu banyak peraturan perundang-undangan yang saling tumpang tindih dan bertentangan satu sama lain.



Hukum sebagai suatu sistem tidak menghendaki adanya peraturan yang saling tumpah tindih atau bertentangan. Masih banyak peraturan perundang-undangan yang tidak mencerminkan nilai-nilai Pancasila maupun UUD 1945 sehingga dalam penerapannya tidak memberikan rasa keadilan bagi rakyat dan tidak adanya kepastian hukum.

## **BAB III**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Ketentuan Hukum dalam Bisnis Kuliner dengan Menggunakan Nama dan Simbol Ekstrem dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Nasional**

##### **1. Hukum Islam**

Bisnis kuliner saat ini memang sedang berkembang pesat di Indonesia sehingga dibutuhkan ide kreatif agar dapat menarik perhatian konsumen. Salah satunya adalah dengan memberikan nama-nama yang menarik, pemberian nama makanan dibuat seunik dan selucu mungkin

Maraknya makanan yang ada membuat pengusaha berbondong-bondong untuk membuka peluang bisnis. Persaingan bisnis kuliner berjalan sangat ketat sehingga para pengusaha harus kreatif agar dangangannya dilirik oleh konsumen. Salah satu strategi yang dilakukan praktisi kuliner ini adalah bukan hanya menjual cita rasa tetapi lebih melihat dari segi pemberian nama, sehingga dengan memberi nama yang unik menjadi daya tarik tersendiri.

Fenomena perkembang bisnis kuliner ditunjukkan dengan munculnya nama-nama ekstrem untuk penamaan makanan seperti bakso setan. Alasan memberi nama setan sendiri terlihat dari besar bentuk ukuran yang super jumbo dan dilihat dari singkatannya setan yaitu sangat besar sehingga diberi nama dengan sebutan bakso Setan. Memberi nama bakso setan agar menarik perhatian pengunjung dengan nama-nama yang tidak lazim dipakai agar membuat penasaran para pembeli.

Penggunaan label esktrim pada produk-produk makanan jika ditinjau menurut hukum Islam dilihat dari segi halal dan haramnya makanan yaitu halal adalah merujuk kepada segala sesuatu yang diizinkan menurut hukum Islam. Haram adalah sebuah status hukum terhadap suatu aktivitas atau keadaan suatu benda (makanan). Aktivitas yang berstatus hukum haram atau makanan yang dianggap haram adalah dilarang secara keras. Orang yang melakukan tindakan haram atau memakan makanan haram akan mendapatkan konsekuensi berupa dosa.

Prinsipnya semua makanan dan minuman yang ada di dunia ini halal, semua untuk dimakan dan diminum kecuali ada larangan dari Allah SWT yaitu yang terdapat dalam Al-Qur'an dan yang terdapat dalam hadis Nabi Muhammad SAW. Tiap benda di permukaan bumi menurut hukum asalnya adalah halal kecuali kalau ada larangan secara syar'i dalam Islam ada ketentuan yang harus dipatuhi dalam hal makanan dan minuman. Hampir semua yang dapat dikonsumsi adalah halal, dan hanya sedikit yang diharamkan.

Masalah halal dan haram bagi umat Islam sangatlah urgen dan besar artinya, karena diterimanya suatu amal ibadah oleh Allah sangat bergantung pada kehalalan segala apa yang dikonsumsi. Oleh karena itu wajarlah jika masalah tersebut mendapat perhatian serius dari umat Islam.<sup>27</sup> Produk-produk olahan baik makanan, minuman, obat-obatan maupun kosmetika kiranya dapat dikategorikan ke dalam kelompok *musytabihat (syubahat)*, apalagi jika produk tersebut berasal dari negeri yang penduduknya mayoritas non muslim, sekalipun bahan bakunya berupa barang suci dan halal. Sebab tidak menutup kemungkinan dalam proses

---

<sup>27</sup> Kementerian Agama RI. 2017. *Sistem dan Prosedur Penetapan Fatwa Produk Halal Majelis Ulama Indonesia*, Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, halaman 4.

pembuatannya tercampur atau menggunakan bahan-bahan yang haram dan tidak suci.<sup>28</sup>

Makanan yang halal adalah makanan yang boleh untuk dikonsumsi secara syariat dan baik bagi tubuh secara kesehatan (medis). Produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syari'at Islam yaitu:

- a. Halal zatnya.
- b. Halal cara memperolehnya.
- c. Halal dalam memprosesnya.
- d. Halal dalam penyimpanannya.
- e. Halal dalam pengangkutannya.
- f. Halal dalam penyajiannya.<sup>29</sup>

Makanan dikatakan halal paling tidak harus memenuhi tiga kriteria, yaitu:

- a. Halal zatnya

Makanan halal zatnya makanan yang pada dasarnya halal dikonsumsi karena tidak ada dalil yang melarangnya. Sebuah hadis yang diriwayatkan Ibnu Majah dan at-Tirmizi, Rasulullah SAW bersabda "barang halal adalah yang dihalalkan Allah dalam kitabnya, dan sesuatu yang tidak dijelaskan maka barang itu termasuk yang dimaafkan oleh nya." (H.R Ibnu Majah No 3358 dan At Tirmizi No. 1648).

Hadis tersebut menjelaskan bahwa makanan apa pun pada dasarnya halal dikonsumsi, kecuali ada larangan yang menjelaskannya yakni yang menegaskan bahwa makanan itu haram untuk dikonsumsi oleh manusia (muslim).

- b. Halal cara perolehannya

Makanan yang semula halal akan berubah menjadi haram apabila perolehannya dengan cara yang tidak sah. Sebab itu untuk memperoleh makanan

---

<sup>28</sup> *Ibid*, halaman 5.

<sup>29</sup> Kementerian Agama RI. 2017. *Tanya Jawab Seputar Produksi Halal*. Jakarta: Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Prodk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, halaman 17

yang halal hendaknya menggunakan cara yang dibenarkan oleh syariat diantaranya adalah dengan cara bertani, berdagang, menjadi pekerja bangunan, atau menjual jasa, dan lain-lainnya. Allah SWT berfirman dalam surat an-Nisa' ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ۲۹

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”*.

Sebaliknya berbagai cara memperoleh makanan yang dilarang oleh Islam bisasaja dilakukan oleh seseorang, antara lain dengan mencuri, merampok, menipu, dan lain sebagainya. Hal ini mengindikasikan, kendati makanan yang diperoleh halal zatnya, tetapi karena cara mendapatkannya dengan cara haram, maka makanan tersebut berubah menjadi haram hukumnya. Adapun *illat* (sebab-alasan) pengharaman itu, antara lain karena telah terjadi penampasan hak manusia oleh seseorang yang tidak berhak yang dilakukan dengan cara melawan hukum. Menurut hukum syariat, sanksi bagi pelakunya adalah akan mendapatkan dosa dan siksa kelak dikemudian hari (sanksi akhirat) dihadapan Allah SWT.

c. Halal cara pengolahannya.

Makanan halal yang bisa dikonsumsi sangatlah banyak tetapi makanan-makanan itu dapat berubah menjadi haram apabila cara mengolahnya tidak sesuai dengan tuntutan syariat. Misalnya, kambing yang mati tanpa disembelih, anggur

yang diolah menjadi minuman keras, atau bakso yang diolah dengan lemak babi. Adapun ajaran yang menganjurkan agar mengkonsumsi makanan yang halal yang disebut didalam Al Qur'an dan Hadis adalah makanan yang baik. Baik dalam arti, bermanfaat dan tidak mengganggu kesehatan tubuh. Kriteria baik dapat dilihat dari seberapa banyak kandungan gizi dan vitamin yang ada dalam makanan itu. Apabila mengandung gizi dan vitamin yang bermanfaat dan mencukupi untuk kesehatan tubuh, maka makanan itu masuk katagori baik.

Berdasarkan hal di atas, maka makanan yang aman adalah halal secara zatnya, halal cara memprosesnyadan halal cara memperolehnya. Makanan dengan nama-nama ekstrem adalah makanan yang halal sepanjang makanan tersebut tidak mengandung unsur atau barang yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam baik yang menyangkut bahan baku makanan itu sendiri, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan yang pengelolaanya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam.

Sistem jaminan halal adalah suatu sistem yang dibuat dan dilaksanakan oleh perusahaan pemegang sertifikat halal dalam rangka menjamin kesinambungan proses produksi halal. Sistem ini dibuat sebagai bagian dari kebijakan perusahaan, bukan merupakan suatu sistem yang berdiri sendiri.<sup>30</sup> Makanan yang halal bagi umat Islam adalah makanan yang diberi lalal halal yaitu segala fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam.

---

<sup>30</sup>Kementerian Agama RI. 2017. *Panduan Sistim Jaminan Halal*, Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, halaman 1.

Praktek yang terjadi terkait dengan nama-nama makanan ekstrem yang tidak halal adalah adanya makanan yang tidak sesuai dengan ketentuan, di mana pelaku usaha dalam mengolah produk makanan dan kemudian di jual di pasar tradisional maupun modern dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan syariat Islam dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Fenomena ini dijumpai dalam kehidupan yaitu produsen yang memalsukan makanan yang sebenarnya tidak halal menjadi halal dan dengan sengaja menjual makanan itu. Pada saat pendaftaran, makanan tersebut lolos sertifikasi label halal, namun saat dipasarkan, makanan tersebut ternyata tidak halal atau dikatakan haram. Ada pula produsen makanan kemasan yang menempelkan kata halal pada produk makanan namun belum memiliki sertifikat halal yang mana untuk mendapatkan keuntungan semata.

Akibat kemajuan teknologi banyak dari bahan-bahan haram yang dimanfaatkan sebagai bahan baku, bahan tambahan, atau bahan penolong pada berbagai produk olahan makanan kemasan. Akhirnya yang halal dan yang haram menjadi tidak jelas, bercampur aduk serta tidak jelas hukumnya. Masalah ini memunculkan banyak pengusaha yang asal mencantumkan label halal, tanpa prosedur yang disyaratkan berdasarkan sertifikasi halal.

Produk-produk makanan berlabel esktrim seperti kober mie setan, ceker setan dan tahu setan masing-masing memiliki bahan pokok dan bumbu yang berbeda-beda dan kehalalan zat, kehalalan cara perolehan dan cara pengolahan produk makanan tersebut dilakukan sesuai dengan syariat Islam, maka produk makanan tersebut adalah halal.

## **2. Hukum Nasional**

Dasar hukum pengaturan pengamanan peredaran produk pangan yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan dan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pengaturan hukum pengamanan peredaran makanan dan minuman sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang kesehatan, pangan dan konsumen pada dasarnya mengatur mengenai perlindungan terhadap masyarakat agar dalam mengkonsumsi makanan dan minuman yang beredar terjamin keamanannya, sesuai dengan standar atau persyaratan kesehatan, memiliki izin edar dan setiap makanan dan minuman yang dikemas wajib diberi tanda atau label sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Makanan dan minuman yang tidak memenuhi ketentuan standar, persyaratan kesehatan atau membahayakan kesehatan dilarang untuk diedarkan, ditarik dari peredaran, dicabut izin edar dan disita untuk dimusnahkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Keamanan pangan merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan dalam konsumsi sehari-hari. Pangan selain harus tersedia dalam jumlah yang cukup, harga yang terjangkau juga harus memenuhi persyaratan lain, yaitu sehat, aman dan halal. Sebelum pangan tersebut didistribusikan harus memenuhi persyaratan kualitas, penampilan dan cita rasa, maka terlebih dahulu pangan tersebut harus benar-benar aman untuk dikonsumsi. Artinya pangan tidak boleh mengandung bahan berbahaya seperti cemaran pestisida, logam berat,



mikroba pantogen ataupun tercemar oleh bahan-bahan yang dapat mengganggu kepercayaan ataupun keyakinan masyarakat misalnya tercemar bahan berbahaya.

Pangan yang aman tersedia secara memadai, perlu diupayakan terwujudnya suatu sistem pangan yang mampu memberikan perlindungan kepada masyarakat yang mengonsumsi pangan sehingga pangan yang diedarkan atau diperdagangkan tidak merugikan serta aman bagi kesehatan jiwa manusia. Dengan perkataan lain harus memenuhi persyaratan keamanan pangan. Produk pangan yang dikonsumsi masyarakat pada dasarnya melalui suatu mata rantai proses yang meliputi produksi, penyimpanan, pengangkutan, peredaran hingga tiba di tangan konsumen. Keseluruhan mata rantai tersebut memenuhi persyaratan keamanan, mutu dan gizi pangan, maka perlu diwujudkan suatu sistem pengaturan, pembinaan dan pengawasan yang efektif di bidang keamanan, mutu dan gizi pangan.<sup>31</sup>

Makanan merupakan bagian dari hak asasi yang tidak boleh dikesampingkan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari karena makanan bagian dari kebutuhan manusia yang paling mendasar yang harus terpenuhi. Pengaturan hukum pengamanan peredaran makanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan dan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan yang pada dasarnya mengatur mengenai perlindungan terhadap masyarakat agar dalam

---

<sup>31</sup> Rivalno Daniel Ilat, Penerapan Sanksi Pidana Terhadap Pengamanan Peredaran Makanan Dan Minuman Menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012, melalui <https://media.neliti.com/media/publications.pdf>. *Lex Crimen* Vol. IV/No. 1/Jan-Mar/2015, halaman 120.

mengonsumsi makanan yang beredar terjamin keamanannya, sesuai dengan standar atau persyaratan kesehatan.

Pentingnya informasi yang akurat dan lengkap atas suatu barang dan/atau jasa mestinya menyadarkan pelaku usaha untuk menghargai hak-hak konsumen, memproduksi barang dan jasa berkualitas, aman dikonsumsi atau digunakan, mengikuti standar yang berlaku, dengan harga yang wajar (*reasonable*). Bagi konsumen, informasi tentang barang dan atau jasa merupakan kebutuhan pokok sebelum menggunakan sumber dananya (gaji, upah, honor atau apapun nama lainnya) untuk mengadakan transaksi konsumen tentang barang/jasa tersebut. Informasi-informasi tersebut meliputi tentang ketersediaan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat konsumen, tentang kualitas produk, keamanannya, harga, tentang berbagai persyaratan dan/atau cara memperolehnya, tentang jaminan atau garansi produk, persediaan suku cadang, tersedianya pelayanan jasa purna-jual, dan lain-lain yang berkaitan dengan itu.<sup>32</sup> Adanya informasi pada label, konsumen secara tepat dapat menentukan pilihan sebelum membeli dan atau mengonsumsi pangan dan tanpa adanya informasi yang jelas maka kecurangan-kecurangan dapat terjadi.

Hubungannya dengan bisnis kuliner dengan nama-nama atau label ekstrem, khususnya label pangan maka masyarakat perlu memperoleh informasi yang benar, jelas, dan lengkap, baik mengenai kuantitas, isi, kualitas maupun hal-hal lain yang diperlukannya mengenai pangan yang beredar di pasar. Perdagangan pangan yang jujur dan bertanggung jawab bukan semata-mata untuk melindungi

---

<sup>32</sup> A.Z. Nasution. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Daya Widya, halaman 57.

kepentingan masyarakat yang mengkonsumsi pangan. Melalui pengaturan yang tepat berikut sanksi-sanksi hukum yang berat, diharapkan setiap orang yang memproduksi pangan atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dapat memperoleh perlindungan dan jaminan kepastian hukum.

Posisi konsumen yang lemah, maka harus dilindungi oleh hukum. Salah satu sifat tujuan hukum adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat.<sup>33</sup> Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.<sup>34</sup> Tujuan dari perlindungan konsumen adalah meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen, menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

Banyak orang beranggapan bahwa satu-satunya yang berkewajiban memberikan perlindungan konsumen adalah organisasi konsumen. Anggapan ini tentu tidak benar. Perlindungan konsumen sebenarnya menjadi tanggungjawab semua pihak baik pemerintah, pengusaha, organisasi konsumen dan konsumen itu sendiri. Tanpa adanya andil dari keempat unsur tersebut, sesuai dengan fungsinya masing-masing, maka tidaklah mudah mewujudkan kesejahteraan konsumen.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Shidarta. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo, halaman 9.

<sup>34</sup> Janus Sidabalok. 2016. *Hukum Konsumen (Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk)*. Jakarta: Panta Rei, halaman 7.

<sup>35</sup> Zumrotin K. Susilo. 2016. *Penyambung Lidah Konsumen*. Jakarta: YLKI, halaman 5.

Mewujudkan sistem hukum perlindungan yang baik, diperlukan beberapa pengaturan perlindungan konsumen yaitu:

1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum.
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha.
3. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.
4. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktek usaha yang menipu dan menyesatkan.
5. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lain.<sup>36</sup>

Sesuai dengan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, bahwa tujuan dari perlindungan konsumen adalah meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen, menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi, menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha, meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang hak-hak konsumen:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak atas memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa.

---

<sup>36</sup> Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati. 2016. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Madju, halaman 7.

4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian jika barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Hak atas keamanan dan keselamatan ini dimaksudkan untuk menjamin keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang atau jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian (fisik maupun psikis) apabila mengkonsumsi suatu produk.<sup>37</sup>

#### 1. Hak untuk memperoleh informasi

Hak atas informasi ini sangat penting, karena tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen ini dapat juga merupakan salah satu bentuk cacat produk, yaitu yang dikenal dengan cacat instruksi atau cacat karena informasi yang tidak memadai. Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu barang, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan/sesuai dengan kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan barang dan jasa.

Informasi yang merupakan hak konsumen tersebut di antaranya adalah mengenai manfaat kegunaan barang, efek samping atas penggunaan barang, barang yang rusak, serta identitas barang dari produk tersebut, informasi tersebut dapat disampaikan baik secara lisan, maupun tulisan, baik yang dilakukan dengan mencantumkan pada label yang melekat pada kemasan barang, melalui iklan-iklan

---

<sup>37</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. halaman 41.

yang di sampaikan oleh pelaku usaha, baik melalui media cetak maupun media elektronik.

Informasi ini dapat memberikan dampak untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih barang serta meningkatkan kesetiiaannya terhadap barang tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian pemenuhan hak ini akan menguntungkan baik konsumen maupun pelaku usaha.

## 2. Hak untuk memilih

Hak untuk memilih dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih barang-barang tertentu sesuai dengan kebutuhannya, tanpa ada tekanan dari pihak luar. Berdasarkan hak untuk memilih ini konsumen berhak untuk memutuskan untuk membeli atau tidak terhadap barang suatu produk, demikian pula keputusan untuk memilih baik kualitas jenis barang yang dipilihnya.

Hak memilih bagi konsumen ini hanya ada jika alternatif pilihan dari jenis barang tertentu karena jika suatu barang dikuasai secara monopoli oleh suatu pelaku usaha atau dengan kata lain tidak ada pilihan lain (baik barang maupun jasa), maka dengan sendirinya hak untuk memilih ini tidak berfungsi.

## 3. Hak untuk didengar.

Hak untuk didengar ini merupakan hak dari konsumen agar tidak dirugikan lebih lanjut, atau hak untuk menghindarkan diri dari kerugian. Hak ini dapat berupa pertanyaan tentang berbagai pertanyaan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan barang atau jasa tertentu apabila informasi yang diperoleh

tentang barang atau jasa tersebut kurang memadai, ataukah berupa pengaduan atas adanya kerugian yang telah dialami akibat penggunaan suatu barang atau jasa yang berupa pertanyaan /pendapat tentang suatu kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan kepentingan konsumen.

Hak ini dapat di sampaikan baik secara perseorangan, maupun secara kolektif, baik yang disampaikan secara langsung maupun diwakili ole suatu lembaga tertentu.

#### 4. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup.

Hak ini merupakan hak sangat mendasar, karena menyangkut hak untuk hidup. Dengan demikian, setiap konsumen berhak untuk memperoleh kebutuhan dasar barang dan jasa untuk mempertahankan hidupnya secara layak. Hak-hak ini terutama hak yang berupa hak atas pangan, papan serta hak-hak lainnya yang berupa hak untuk memperoleh pendidikan, kesehatan dan lain-lain.

#### 5. Hak untuk memperoleh ganti kerugian.

Hak atas ganti kerugian ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak akibat adanya penggunaan barang dan jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen. Hak ini sangat terkait dengan penggunaan barang atau jasa yang telah merugikan konsumen, baik yang berupa materi, maupun kerugian yang menyangkut diri (sakit, cacat, bahkan kematian) konsumen untuk merealisasikan hak ini tentu saja harus melalui porsedur tertentu, baik yang diselesaikan secara damai diluar pengadilan Maupun diselesaikan melalui pengadilan.

6. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen.

Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen ini dimaksudkan agar konsumen memperoleh pengetahuan maupun keterampilan yang diperlukan agar dapat terhindar dari kerugian akibat dari penggunaan barang atau jasa, karena dengan pendidikan konsumen tersebut, konsumen akan dapat menjadi lebih kritis dan teliti dalam memilih suatu barang atau jasa yang dibutuhkan.

7. Hak memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat.

Hak atas lingkungan hidup yang bersih dan sehat ini sangat penting bagi setiap konsumen dan lingkungan. Hak untuk memperoleh lingkungan bersih dan sehat serta hak untuk memperoleh informasi tentang lingkungan ini diatur dalam Pasal 5 Undang-undang Nomor 23 tahun 1997.

8. Hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang di berikannya.

Hak ini dimaksudkan untuk melindungi konsumen dari kerugian akibat permainan harga secara tak wajar. Karena dalam keadaan tidak tertentu konsumen dapat saja membayar harga suatu barang yang jauh lebih tinggi dari pada kegunaan atau kualitas barang dan jasa yang diperolehnya. Penegakan hak konsumen ini didukung oleh ketentuan Pasal 5 ayat (1) dan Pasal 6 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Ketentuan Pasal 5 ayat (1) Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, menyatakan: "pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk



menetapkan harga atas suatu barang dan jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.”

9. Hak untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum yang patut.

Hak ini tentu saja dimaksudkan untuk memulihkan keadaan konsumen yang telah dirugikan akibat penggunaan barang atau jasa, dengan melalui jalur hukum.

Pelaku usaha dalam memperdagangkan suatu produk agar memberi rasa aman, nyaman dan tenteram, maka pelaku usaha berkewajiban mengajukan permohonan sertifikat halal untuk mendapat sertifikat halal dan kemudian mencantumkan logo halalnya pada produk.

Pasal 4 angka c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyatakan, konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang dan/ atau jasa. Merujuk pada Pasal 4 huruf c tersebut untuk melindungi konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal, pelaku usaha dalam memproduksi barang atau jasa untuk diperdagangkan berkewajiban untuk memberikan informasi yang jelas dan jujur bahwa produk yang diperdagangkan tersebut adalah produk halal dengan mencantumkan logo sertifikat halal MUI.

Keterangan halal suatu produk sangat penting bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam. Berdasarkan undang-undang pangan kewajiban pelaku usaha untuk mencantumkan logo halal yang diperoleh melalui LPPOM MUI sebelum produk diperdagangkan, tujuannya adalah untuk

melindungi dan memberi kepastian hukum hak-hak konsumen terhadap produk yang tidak halal.

Logo halal memberi manfaat kepada konsumen muslim, karena terhindar dari produk yang tidak halal. Importir yang berasal dari luar negeri, di samping harus dijaga, bahwa produk itu harus sehat dan halal untuk melindungi konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal, memberi ketenteraman bagi konsumen muslim.

Tujuan pencantuman logo halal pada produk makanan adalah memberi perlindungan dan kepastian hukum hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal. Mencegah konsumen muslim mengonsumsi produk yang tidak halal minuman adalah untuk melindungi konsumen hak-hak konsumen muslimin terhadap produk yang tidak halal. Memberikan kepastian hukum kepada konsumen muslim bahwa produk makanan dan minuman tersebut benar-benar halal sesuai yang disyariatkan oleh Hukum Islam. Konsumen muslim tidak akan ragu-ragu membeli produk makanan dan minuman, karena pada kemasan produk makanan dan minuman tercantum logo halal dan mencegah konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal.

Produk makanan dan minuman tidak halal sesuai Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, maka pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan tanda pada produk makanan dan minuman tersebut tidak halal. Undang-undang perlindungan konsumen pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan informasi mengenai komposisi pada produk makanan dan minuman. Selayaknya pelaku usaha di Indonesia yang memperdagangkan produk makanan

dan minuman memberikan informasi yang jelas, jujur mengenai komposisi, kehalalan produk makanan dan minuman yang diperdagangkan untuk melindungi hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal.

## **B. Akibat Hukum Bisnis Kuliner dengan Menggunakan Nama dan Simbol Ekstrem dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Nasional.**

### **1. Hukum Islam**

Ide usaha yang tidak pernah surut dari pembeli adalah usaha makanan kuliner. Salah satu kunci sukses dalam usaha atau bisnis kuliner adalah inovatif dan kreatif. Banyak pelaku usaha kuliner yang telah membuktikannya. Ada yang merasakan keuntungan usaha cukup lama, ada pula yang menikmati senyum bisnisnya hanya sebentar. Namun, dengan tetap memelihara kreatifitas dan inovatif kuliner, usaha kuliner bisa di pertahankan.

Penggunaan label-label bertema esktrim seperti setan, iblis dan lain-lain dalam setiap kuliner yang berlabel setan tersebut, tidak pernah sepi dari pengunjung dan itu semua merupakan strategi bisnis yang jitu untuk menarik pengunjung.

Nama makanan yang bernama setan seperti rawon setan, mie setan merupakan nama-nama yang jadi musuhnya Allah, maka jangan dijadikan sesuatu yang menyenangkan karena sebagai muslim harus berhati-hati, jangan sampai nama-nama yang menjadi musuhnya Allah seperti bakso kafir, mie setan, munafik menjadi idola.

Seseorang yang sudah mengidolakan suatu makanan yang memiliki nama yang menjadi musuhnya Allah maka nama tersebut akan mempengaruhi alam bawah sadarnya, sehingga dapat membuat seseorang sering menyebutkan hal yang menjadi idolanya dan pada akhirnya dikhawatirkan jauh dari Allah, karena yang sering disebut adalah kata setan.

Nama bukan hanya pemberian nama, akan tetapi nama akan memberi kesan dan dapat meniru nama-nama tersebut, nama akan memberikan kesan yang mendalam dan akan membekas dalam hati dan akan mempengaruhi pola kehidupan. Majelis Ulama Indonesia (MUI) memiliki standar dalam pemberian nama sesuai dengan Fatwa MUI Nomor 4 Tahun 2003 Tentang Standardisasi Fatwa Halal pada bagian keempat mengenai masalah penggunaan nama dan bahan sebagai berikut ini:

- a. Tidak boleh mengonsumsi dan menggunakan nama dan atau simbol-simbol makanan atau minuman yang mengarah kepada kekufuran dan kebatilan;
- b. Tidak boleh mengonsumsi dan menggunakan nama dan atau simbol-simbol makanan atau minuman yang mengarah kepada nama-nama benda atau binatang yang diharamkan terutama babi dan khamar, kecuali yang telah mentradisi (*'urf*) dan dipastikan tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan seperti nama bakso, bakwan, bakpia, dan bakpao;
- c. Tidak boleh mengonsumsi dan menggunakan bahan campuran bagi komponene makanan atau minuman yang menimbulkan rasa atau aroma (*flavour*) benda-benda atau binatang yang diharamkan, seperti mie instan rasa babi, *bacon flavour*, dan lain-lain.
- d. Tidak boleh mengonsumsi makanan atau minuman yang menggunakan nama-nama makanan atau minuman yang diharamkan seperti *whisky*, *brandy*, *beer*, dan lain-lain.<sup>38</sup>

Beberapa landasan syariat yang disebut di atas adalah sebuah larangan untuk memberikan nama, bentuk yang tidak indah dan dibenci Allah sehingga

---

<sup>38</sup> Fatwa MUI Nomor 4 Tahun 2003 Tentang Standardisasi Fatwa halal.

membawa pada kehinaan bukan kemuliaan dan rasa syukur pada Allah. Seorang muslim akan bertindak sesuai keridoan Allah, bukan sekedar ingin tenar atau diminati produknya tapi jauh dari kebaikan dan kemuliaan.

Produk yang bernama setan seperti, mie setan, rawon setan, bakso setan dalam bisnis kuliner dan makanan yang berlabel setan sudah terkenal dikalangan masyarakat Indonesia dan terutama dikalangan pecinta pedas, meskipun nama makanan yang bernama setan memang menakutkan dan menyeramkan dan memang terkesan tidak sopan dalam penamaan makanan, akan tetapi nama setan sudah banyak yang tahu hanyalah simbol dari makanan yang memiliki cita rasa pedas dan tidak ada tujuan untuk mengatakan makanan setan.

Melihat perkembangan makanan yang bernama setan, seperti mie setan, rawon setan, makaroni setan yang sudah terkenal di berbagai daerah di Indonesia bahwa makanan tersebut adalah makanan yang memiliki cita rasa pedas tetapi makanan tersebut termasuk kebiasaan masyarakat yang tidak baik, sehingga dilarang dalam agama sebagaimana firman Allah dalam Surah Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ  
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ١٦٨

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

Berdasarkan ayat di atas, maka janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan adalah segala sesuatu ajaran syaitan yang nampak dan tidak nampak, kemudian bila dihubungkan nama-nama makanan yang ekstrem adalah agar tidak semakin menyebar makanan yang bernama aneh-aneh tersebut di kalangan masyarakat, karena dikhawatirkan apabila produk nama-nama makanan bernama setan akan semakin banyak makanan dengan nama sebutan yang menjadi musuhnya Allah, seperti munafik, kafir, dan lain-lain dan dikhawatirkan menyebabkan jauh dari mengingat Allah.

## **2. Hukum Nasional**

Perlindungan terhadap konsumen harus menjadi perhatian yang serius oleh pemerintah khususnya pada produk obat dan makanan yang beredar di lingkungan masyarakat, sehingga para konsumen dan masyarakat pada umumnya tidak menjadi korban dari pihak produsen yang tidak bertanggungjawab. Pemenuhan obat dan makanan yang aman dan bermutu merupakan hak asasi setiap manusia sehingga pemerintah wajib memberi perhatian khusus pada kegiatan perdagangan nasional.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perindungan Konsumen diharapkan dapat menciptakan kegiatan usaha perdagangan yang adil tidak hanya bagi kalangan pelaku usaha, melainkan secara langsung untuk kepentingan konsumen, baik selaku pengguna, pemanfaat maupun pemakai barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha.

Informasi tentang makanan merupakan hal yang sangat penting bagi manusia, karena selama manusia hidup tidak akan pernah lepas dari yang

namanya makanan. Makanan merupakan kebutuhan manusia yang sangat mendasar karena sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup manusia. Artinya makanan adalah kebutuhan mendasar yang harus terpenuhi.

Makanan agar tersedia secara memadai dan aman, maka perlu diupayakan terwujudnya suatu sistem yang mampu memberikan perlindungan kepada masyarakat yang mengkonsumsi makanan tersebut, maka makanan yang beredar dimasyarakat harus memenuhi persyaratan keamanan. Peredaran makanan yang dikonsumsi masyarakat pada dasarnya melalui mata rantai proses yang meliputi produksi, penyimpanan, pengangkutan, peredaran hingga tiba ditangan konsumen.

Prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait. Mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha di dalam hukum perlindungan konsumen diperlukan kehatian-kehatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak yang terkait. Prinsip-prinsip tanggung jawab di dalam hukum perlindungan konsumen dapat dibedakan sebagai berikut:

a. Kesalahan (*liability based on fault*).

Prinsip pertanggungjawaban berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability* atau *liability based on fault*) adalah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum perdata. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, khususnya Pasal 1365, 1366 dan 1367, prinsip ini dipegang secara teguh. Prinsip ini menyatakan

“seseorang baru dapat dimintakan pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya.<sup>39</sup>

Latar belakang penerapan prinsip ini adalah konsumen hanya melihat semua di balik dinding suatu korporasi itu sebagai satu kesatuan. Ia tidak dapat membedakan mana yang berhubungan secara organik dengan korporasi dan mana yang tidak. Doktrin ini disebut dengan *ostensible agency*. Maksudnya jika suatu korporasi memberikan kesan kepada masyarakat, orang yang bekerja di situ adalah karyawan yang tunduk pada perintah koordinasi korporasi tersebut, maka sudah cukup syarat bagi korporasi tersebut untuk wajib bertanggung jawab secara *vicarious* terhadap konsumennya.

b. Praduga selalu bertanggungjawab (*presumption of liability*).

Prinsip ini menyatakan, tergugat selalu dianggap bertanggung jawab, sampai ia dapat membuktikan, ia tidak bersalah. Jadi, beban pembuktian ada pada si tergugat. Namun jika diterapkan di dalam kasus konsumen akan tampak, asas demikian cukup relevan. Jika digunakan teori ini, maka yang berkewajiban untuk membuktikan kesalahan-kesalahan tersebut adalah pelaku usaha yang digugat. Tergugat ini yang menghadirkan bukti-bukti dirinya tidak bersalah. Tentu saja konsumen tidak lalu berarti dapat sekehendak hati mengajukan gugatan. Posisi konsumen sebagai penggugat selalu terbuka untuk digugat balik oleh pelaku usaha, jika ia gagal menunjukkan kesalahan si tergugat.

c. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggungjawab

Prinsip ini adalah kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggungjawab (*presumption of*

---

<sup>39</sup> Shidarta, *Op. Cit.*, halaman 59.



*nonliability principle*) hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen sangat terbatas, dan pembatasan tersebut dapat dibenarkan. “Artinya dapat dimintakan pertanggungjawaban sepanjang bukti kesalahan pihak pelaku usaha dapat ditunjukkan. Pihak yang dibebankan untuk membuktikan kesalahan itu adalah konsumen.

d. Prinsip tanggung jawab mutlak

Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) sering diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut (*absolut liability*). Prinsip tanggungjawab mutlak didalam hukum perlindungan konsumen diperlukan untuk “menjerat” pelaku usaha, khususnya pelaku usaha, yang memasarkan produknya yang merugikan konsumen. Asas tanggung jawab itu dikenal dengan nama *product liability*. Menurut asas ini, pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen atas penggunaan produk yang dipasarkannya.

e. Prinsip Tanggung Jawab dengan Pembatasan

Prinsip tanggung jawab pembatasan (*limitation of liability principle*) sangat disenangi oleh pelaku usaha dan sering dicantumkan dalam klausa baku yang dibuatnya. Prinsip tanggung jawab ini sangat merugikan konsumen karena ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha. Di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha dilarang menentukan klausula baku yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Ada pembatasan mutlak harus berdasarkan pada peraturan perundang-undangan yang jelas.

f. *Product Liability*.

Hal ini bermanfaat dalam menghadapi era persaingan pasar bebas karena selain berhadapan dengan hukum nasional juga akan berhadapan dengan sistem hukum asing. Penerapan prinsip ini berkaitan dengan pemberian kompensasi bagi konsumen yang menderita kerugian akibat produk yang diedarkan dimasyarakat.

Mengenai *product liability* berkaitan dengan perbuatan melawan hukum seperti tercantum di dalam Pasal 1365 KUHPerdara, akan tetapi disebabkan oleh karena berbagai kesulitan yang dihadapi didalam mengajukan tuntutan ganti rugi kerugian kepada para pelaku usaha maka diberlakukan konsep tanggungjawab mutlak (*strict liability*). Dengan diterapkannya tanggungjawab mutlak ini maka setiap konsumen yang dirugikan akibat produk yang cacat atau tidak aman dapat menuntut kompetensi tanpa harus mempermasalahkan ada atau tidaknya unsur kesalahan pada pihak produsen.

Mengenai tanggungjawab produk ini didalam UU No.8 Tahun 1999 dirumuskan secara tegas pada pasal 19 ayat (1) yang menyatakan “Pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/jasa yang dihasilkan atau dipergunakan”.

Prinsip-prinsip yang muncul tentang kedudukan konsumen dalam hubungan hukum dengan pelaku usaha berangkat dari doktrin atau teori yang dikenal dalam, perjalanan sejarah hukum perlindungan konsumen. Termasuk kelompok ini adalah:

### 1. *Let the Buyer Beware Principle.*

Prinsip *let the buyer beware* atau *caveat emptor* sebagai embrio dari lahirnya sengketa dibidang transaksi konsumen. Azas ini berasumsi, pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang sangat seimbang sehingga tidak perlu ada proteksi apapun bagi pihak konsumen.

Tentu saja dalam perkembangannya, konsumen tidak mendapat akses informasi yang sama terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya. Ketidakmampuan itu bisa karena keterbatasan pengetahuan konsumen, tetapi terlebih lagi banyak disebabkan oleh ketidak terbukaannya pelaku usaha terhadap produk yang ditawarkannya. Akhirnya, konsumen pun didikte oleh pelaku usaha. Jika konsumen mengalami kerugian, pelaku usaha dapat dengan ringan beralih, semua itu karena kelalaian konsumen sendiri.

Doktrin yang mengatakan *let the buyer beware* itu ditentang oleh pendukung gerakan perlindungan konsumen (*konsumerisme*). Menurut prinsip ini, dalam suatu hubungan jual beli keperdataan, yang wajib berhati-hati adalah pembeli (konsumen) jika ia sampai membeli dan mengkonsumsi barang-barang yang tidak layak. Dengan adanya UUPK, kecenderungan *caveat emptor* (konsumen yang perlu berhati-hati) dapat mulai diarahkan sebaliknya menuju kepada *caveat venditor* (pelaku usaha yang perlu berhati-hati).

### 2. *The Due Care Theory.*

Prinsip ini menyatakan, pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasyarakatkan produk, baik barang maupun jasa. Selama berhati-hati dengan produknya, ia tidak dapat dipersalahkan. Jika ditafsirkan

secara *a-contrario*, maka untuk memepersalahkan pelaku usaha, seseorang harus dapat membuktikan, pelaku usaha itu melanggar prinsip kehati-hatian.

Ditinjau dari pembagian beban pembuktian, tampak si penggugat (konsumen) harus membentangkan bukti-bukti, pelaku usaha (tergugat) cukup bersikap menunggu. Berdasarkan bukti-bukti dari si penggugat barulah ia membela diri, misalnya dengan memberikan bukti-bukti kontrak yang menyatakan dalam peristiwa tadi sama sekali tidak ada kelalaian (*negligence*).

Hukum pembukti di Indonesia pada umumnya menganut pembagian beban pembuktian kepada si penggugat. Pasal 1865 KUHPerdara secara tegas menyatakan : Barang siapa yang mendalilkan mempunyai suatu hak atau untuk meneguhkan haknya atau membantah hak orang lain, atau menunjuk pada suatu peristiwa, maka ia diwajibkan membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut. Pasal 1865 KUHPerdara berlaku dalam lapangan hukum perdata, baik terhadap konsumen yang menggugat secara wanprestasi maupun atas dasar perbuatan melawan hukum.

Realitanya agak sulit bagi konsumen untuk menghadirkan bukti-bukti guna memperkuat gugatannya sebaliknya bagi si pelaku usaha dengan berbagai keunggulannya (secara ekonomis, sosial, psikologis, bahkan politis) relatif lebih mudah berkelit menghindar dari gugatan demikian.

### 3. *The Privity of Contract Principle.*

Prinsip ini menyatakan, pelaku usaha mempunyai, kewajiban untuk melindungi konsumen tetapi hal ini baru dapat dilakukan jika di antara mereka telah terjalin suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat disalahkan atas haal-hal diluar yang diperjanjikan. Artinya konsumen boleh menggugat

berdasarkan wanprestasi (*contractual liability*). Di tengah minimnya peraturan perundang-undangan dibidang konsumen sangat sulit menggugat dengan dasar perbuatan melawan hukum (*tortious liability*). Seandainya sudah dapat hubungan hukum persoalan tidak begitu saja selesai, walaupun secara yuridis sering dinyatakan antara pelaku usaha dan konsumen berkedudukan sama tetapi faktanya. Konsumen adalah pihak yang biasanya selalu didikte menurut kemauan pelaku usaha. Fenomena kontrak-kontrak standar yang banyak beredar di masyarakat merupakan petunjuk yang jelas betapa tidak berdayanya konsumen menghadapi dominasi pelaku usaha. Dalam kontrak demikian si pelaku usaha dapat dengan sepihak menghilangkan kewajiban yang seharusnya dipikulnya.

Perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen yang bersifat pasif, seperti halnya perjanjian standar, jelas hanya hal-hal yang dianggap kesalahan prinsipil yang diperjanjikan. Kesalahan-kesalahan kecil menurut versi pelaku usaha biasanya tidak di singgung secara khusus dalam perjanjian ini, akibatnya bila konsumen menuntut pelaku usaha dapat beralih jenis kesalahan seperti itu tidak tercakup dalam perjanjian.

Adanya prinsip-prinsip hukum dari Undang-undang Perliungan Konsumen ini, maka bagi setiap pelaku usaha lebih berhati-hati untuk setiap produk yang ditawarkannya kepada para konsumennya dan lebih memperhtikan kualitas serta mutu dari barang tersebut, serta bagi para konsumen juga harus lebih waspada dalam pemilihan produk-produk yaang dihasilkan oleh perusahaan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen telah dinyatakan secara tegas klausul tentang tanggung jawab yang harus

diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen. Pasal 19 ayat (1) disebutkan bahwa "Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan".

Terdapat tiga substansi hukum tanggung jawab produk yang menjadi dasar tuntutan ganti kerugian konsumen. Ketiga dasar hukum tersebut adalah tuntutan karena kelalaian (*negligence*), tuntutan karena wanprestasi atau ingkar janji (*breach of warranty*). Hal ini dilakukan karena secara alamiah kedudukan atau posisi konsumen tidak sama dengan produsen sebagai pelaku usaha.

Bentuk-bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha dapat digolongkan menjadi dua kelompok, yaitu:

1. Pertanggungjawaban administratif

Bentuk pertanggungjawaban administratif yang dapat dituntut dari produsen sebagai pelaku usaha diatur dalam Pasal 60 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu pembayaran ganti kerugian paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah), terhadap pelanggaran atas ketentuan tentang :

- a. Kelalaian membayar ganti rugi kepada konsumen ( Pasal 19 ayat (2) dan (3))
- b. Periklanan yang tidak memenuhi syarat (Pasal 20)
- c. Kelalaian dalam menyediakan suku cadang (Pasal 25)
- d. Kelalaian memenuhi garansi/jaminan yang dijanjikan.

2. Pertanggungjawaban privat (keperdataan)

Hubungan hukum mungkin telah ada terlebih dahulu antara produsen dan konsumen, yang berupa sebuah hubungan kontraktual (hubungan perjanjian),

tetapi mungkin juga tidak pernah ada hubungan hukum sebelumnya dan keterikatan secara hukum justru lahir setelah timbul peristiwa yang merugikan konsumen. Tanggungjawab produsen (pelaku usaha) adalah tanggungjawab sehubungan dengan adanya hubungan hukum antara produsen (pelaku usaha) dengan konsumennya dan tanggungjawab berdasarkan hubungan hukum yang lahir kemudian sebagai konsekuensi dari memakai atau mengkonsumsi produk. Dengan kata lain tanggungjawab keperdataan yang dimaksud di sini adalah tanggungjawab keperdataan baik yang bersifat kontraktual maupun di luar hubungan kontraktual.<sup>40</sup>

Menurut Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, kerugian yang dapat dituntut dari produsen adalah sebagai berikut:

- a. Tanggungjawab ganti kerugian atas kerusakan.
- b. Tanggungjawab ganti kerugian atas pencemaran.
- c. Tanggungjawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.<sup>41</sup>

Kerugian atas kerusakan adalah segala kerugian berupa timbulnya kerusakan pada barang-barang milik konsumen yang ditimbulkan oleh produk yang dipakai/dibelinya. Misalnya, konsumen membeli suatu barang lalu disimpan bersama-sama dengan barang lain atau dipakai pada barang lain dan menimbulkan kerusakan pada barang lain itu.

Kerugian karena pencemaran adalah kerugian berupa pencemaran yang ditimbulkan oleh produk yang dipakai/dibeli. Misalnya, produk yang baru dibeli

---

<sup>40</sup> Janus Sidabalok, *Op. Cit.*, halaman 87.

<sup>41</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op. Cit.*, halaman 126.

itu mencemari produk lain yang dimiliki sebelumnya oleh konsumen sehingga barang-barang yang telah ada itu menjadi tidak berguna atau berkurang kegunaannya.

Kerugian konsumen sebagai akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Kerugian konsumen adalah kerugian berupa korban manusia. Misalnya, karena mengonsumsi produk tertentu, konsumen jatuh sakit atau bahkan meninggal dunia.

Pasal 19 ayat (2) UUPK memberikan pedoman tentang jumlah, bentuk, atau wujud ganti kerugian, yaitu:

- a. Pengembalian uang
- b. Penggantian barang dan/atau jasa sejenis atau setara nilainya
- c. Perawatan kesehatan
- d. Pemberian santunan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 20 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa “Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut”. Selain itu, tanggung gugat juga diberlakukan bagi importir barang atau jasa sebagai pembuat barang yang diimpor atau sebagai penyedia jasa asing jika importisasi barang atau penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri atau perwakilan penyedia jasa asing (Pasal 21).

Pasal 22 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan



dalam kasus pidana merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian.

Menurut Pasal 23, Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen dapat digugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Pasal 24 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen:

(1) Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila :

- a. Pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/atau jasa tersebut
- b. Pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.

(2) Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan/atau jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 25 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen:

- (1) Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purnajual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan.
- (2) Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha tersebut :
  - a. Tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas perbaikan
  - b. Tidak memenuhi atau gagal memenuhi jaminan dan/atau garansi yang diperjanjikan.

Pasal 26 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diatur bahwa pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan.

Pasal 27 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diatur mengenai hal-hal yang membebaskan pelaku usaha dari tanggung jawab yang diderita konsumen apabila:

- a. Barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan
- b. Cacat barang timbul pada kemudian hari
- c. Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang
- d. Kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen
- e. Lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.

Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dinyatakan bahwa “Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.” Hal ini berarti berlaku sistem pembuktian terbalik, baik dalam perkara pidana maupun perkara perdata, sesuatu yang menyimpang dari hukum acara biasa.

### 3. Pertanggungjawaban publik (pidana).

Produsen sebagai pelaku usaha mempunyai tugas dan kewajiban untuk ikut serta menciptakan dan menjaga iklim usaha yang sehat yang menunjang bagi pembangunan perekonomian nasional secara keseluruhan. Kepada produsen dibebankan tanggung jawab atas pelaksanaan tugas dan kewajiban itu, yaitu melalui penerapan norma-norma hukum, kepatutan, dan menjunjung tinggi kebiasaan yang berlaku di kalangan dunia usaha.

Kewajiban pelaku usaha untuk senantiasa beritikad baik dalam melakukan kegiatannya sebagaimana yang tertuang dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 7 Angka 1, berarti bahwa pelaku usaha ikut bertanggung jawab untuk menciptakan iklim yang sehat dalam berusaha demi menunjang pembangunan nasional. Hal ini merupakan tanggung jawab publik yang dibebankan kepada seorang pelaku usaha. Atas setiap pelanggaran yang dilakukan oleh produsen maka kepadanya dikenakan sanksi-sanksi hukum, baik sanksi administratif maupun sanksi pidana. Beberapa perbuatan yang bertentangan dengan tujuan untuk menciptakan iklim usaha yang sehat dapat dikategorikan sebagai perbuatan kejahatan.

## **C. Bisnis Kuliner yang Sesuai dengan Kaidah Hukum Islam dan Hukum Nasional**

### **1. Hukum Islam**

Model Bisnis berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan umat manusia. Model bisnis ini berkembang dalam kehidupan sehari-hari, maka perkembangan ini harus direspon dengan tepat dan cermat. Respon yang tepat tidak hanya terkait dengan aspek manfaat dan mudharatnya, tetapi juga hukum syara' yang terkait dengan model bisnis tersebut. Menurut Islam, kegiatan ekonomi harus sesuai dengan hukum syara', artinya dalam konsep hukum Islam ada yang boleh dilakukan dan ada yang tidak boleh dilakukan.<sup>42</sup>

Kegiatan ekonomi dan kegiatan-kegiatan lainnya yang bertujuan untuk kehidupan di dunia maupun di akhirat merupakan suatu bentuk ibadah kepada Allah SWT. Semua kegiatan dan apapun yang dilakukan di muka bumi merupakan perwujudan ibadah kepada Allah SWT. Islam tidak membenarkan manusia bersifat sekuler yaitu memisahkan kegiatan ibadah dan kegiatan duniawi. Hukum Islam hidup di tengah-tengah masyarakat dan masyarakat senantiasa mengalami perubahan maka hukum Islam perlu dan bahkan harus mempertimbangkan perubahan (modernitas) yang terjadi di masyarakat tersebut. Hal ini perlu dilakukan agar hukum Islam mampu mewujudkan kemaslahatan dalam setiap aspek kehidupan manusia di segala tempat dan waktu.

Salah satu jenis bisnis yang berkembang saat ini adalah bisnis kuliner yang makin berkembang di masyarakat. Pelaku usaha dalam rangka untuk menarik

---

<sup>42</sup> Azim Izzul Islami, Prinsip Hukum Islam Dan Etika Bisnis Islam Dalam Waralaba Berbasis Syariah, melalui <https://pa-sampit.go.id>, diakses Senin, 17 Pebruari 2020, Pukul 21.00 Wib.

minat konsumen, biasanya pelaku usaha kuliner ada yang sedikit ekstrim dalam memberi nama dan bentuk produknya seperti rawon setan, es pocong, mie setan dan yang sedang heboh di linimasa *facebook* adalah cafe jamban. Pelaku usaha memberikan nama-nama yang ekstrem bertujuan agar usahanya terkesan unik, aneh dan bisa menarik pelanggan yang sebanyak-banyaknya.

Seorang muslim tentu dituntut untuk tidak asal-asalan dalam memberi nama, baik nama usaha itu sendiri atau nama untuk diri, anak-anak dan seterusnya. Islam mengajarkan tentang sebuah nama yang indah, sebab nama adalah doa tetapi sebaliknya bagi sebagian kaum lainnya (*non muslim*) beranggapan bahwa nama baik atau buruk semua sama saja.

Islam mengajarkan bahwa dalam berbisnis harus menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis yang meliputi:

1. Kesatuan (*unity*) adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.
2. Keseimbangan (keadilan). Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surat Al-Maidah:8. Keseimbangan atau keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam

yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada alam semesta. Hukum dan tatanan yang kita lihat pada alam semesta mencerminkan keseimbangan yang harmonis. Dengan demikian keseimbangan, kebersamaan, kemoderatan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas

3. Kehendak bebas. Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Sampai pada tingkat tertentu, manusia dianugerahi kehendak bebas untuk memberi arahan dan membimbing kehidupannya sendiri sebagai khalifah di muka bumi al-Baqarah, 2:30. Berdasarkan prinsip kehendak bebas ini, manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian termasuk menepati janji atau mengingkarinya. Tentu saja seorang muslim yang percaya kepada kehendak Allah akan memuliakan semua janji yang dibuatnya.
4. Pertanggungjawaban. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal mustahil, lantaran tidak menuntut tanggung jawab. Menurut Al-Ghozali, konsep adil meliputi hal bukan hanya *equilibrium* tapi juga keadilan dan pemerataan. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya. Allah menekankan konsep tanggung jawab moral tindakan manusia, karena itu menurut Sayyid Qutub prinsip pertanggungjawaban Islam adalah pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Antara jiwa dan raga, antara person dan

keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya.

5. Kebenaran, kebajikan dan kejujuran. Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Adapun kebajikan adalah sikap ihsan, yang merupakan tindakan yang dapat memberi keuntungan terhadap orang lain. Dalam al-Qur'an prinsip kebenaran yang mengandung kebajikan dan kejujuran dapat diambil dari penegasan keharusan menunaikan atau memenuhi perjanjian atau transaksi bisnis. Termasuk ke dalam kebajikan dalam bisnis adalah sikap kesukarelaan dan keramahtamahan. Kesukarelaan dalam pengertian, sikap suka-rela antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian bisnis. Hal ini ditekankan untuk menciptakan dan menjaga keharmonisan hubungan serta cinta mencintai antar mitra bisnis. Adapun kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Sikap ini dalam khazanah Islam dapat dimaknai dengan amanah. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis. Dari sikap kebenaran, kebajikan dan kejujuran demikian maka suatu bisnis secara otomatis akan melahirkan

persaudaraan, dan kemitraan yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan.<sup>43</sup>

Hubungannya dengan bisnis kuliner dengan nama-nama yang ekstrem seperti kata-kata setan meskipun makanan tersebut adalah halal tetapi menyebut sesuatu yang Allah halalkan dengan menggunakan istilah sesuatu yang Allah benci, maka perbuatan semacam ini termasuk merendahkan aturan Allah dan tidak mengagungkan hukum-hukum-Nya dan ini bertentangan dengan sikap taqwa kepada Allah.

Berdasarkan dengan pertimbangan tersebut, maka tidak selayaknya memberi makanan yang baik, yang halal, dengan nama yang buruk. Bakso setan, krupuk setan, mie ayam setan, pecel setan, dan sebagainya. Benar, tujuannya adalah untuk menggambarkan betapa pedasnya makanan itu, tapi hindari nama musuh bersama ini. Makanan yang halal, minuman yang halal adalah rizki dari Allah, maka selayaknya dimuliakan dan dihormati.

Berkaitan dengan bisnis kuliner dengan nama-nama ekstrem Majelis Ulama Indonesia (MUI) Sumatera Barat menyatakan haram untuk menggunakan kata-kata neraka, setan, iblis, untuk digunakan sebagai nama produk makanan, minuman dan lainnya. Pelabelan produk dengan menggunakan nama setan, iblis, dan neraka ini diungkapkan MUI Sumbar karena dilarang dalam Islam yaitu *Manhiy 'Anhu*. Menyangkut hal-hal yang prinsip di dalam Islam terkait soal akidah seperti kata neraka, setan, iblis maka hukumnya haram.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> *Ibid.*

<sup>44</sup> Majelis Ulama Indonesia, "MUI Sumbar Haramkan Produk Makanan Bernama Setan", melalui <https://www.cnnindonesia.com>, diakses Senin, 17 Pebruari 2020, Pukul 21.00 Wib.



MUI juga mengeluarkan sejumlah rekomendasi terkait hal itu yaitu kepada pemerintah agar melahirkan regulasi dalam rangka implementasi fatwa ini. Mereka juga mendesak pemerintah agar menindaklanjuti fatwa ini dalam bentuk imbauan dan sosialisasi kepada masyarakat. MUI Sumbar juga mengimbau semua lapisan masyarakat agar tidak mengkonsumsi produk yang menggunakan nama-nama yang dilarang dalam fatwa ini. Imbauan juga diberikan kepada LPPOM MUI untuk tidak menerbitkan sertifikat halal terhadap produk yang menggunakan nama-nama yang tidak sesuai dengan syariat.

Dikeluarkannya fatwa haram terhadap penggunaan nama setan, iblis, dan neraka ini disebabkan karena banyaknya pemakaian kata-kata ekstrem untuk nama produk kuliner. Nama-nama yang aneh ini menjadi tren tersendiri di Sumbar dalam setahun terakhir. Produk yang menggunakan kata neraka, setan dan iblis biasanya untuk menggambarkan tingkat kepedasan ekstrem. Selain soal neraka, setan, dan lainnya, beberapa nama produk makanan dan minuman juga mengandung nama yang cenderung berbau seksi.<sup>45</sup>

## **2. Hukum Nasional**

Pelaku usaha dalam menjalankan usahanya memiliki beberapa kewajiban yang telah diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diantaranya pelaku usaha harus memiliki itikad baik dan menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> *Ibid.*

<sup>46</sup> Janus Sidabalok. *Op. Cit.*, halaman 51.

Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga mengatur hal-hal yang tidak boleh dilakukan atau dilarang bagi pelaku usaha dalam mengedarkan produknya, yaitu:

(1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dalam ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau *netto*, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau ketereangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan atau pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;

- h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan halal yang dicantumkan dalam label;
  - i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau *netto*, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
  - j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat, atau bekas, dan tercemar tanpa memberiiikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- (3) Pelaku usaha dilarang mempedagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat, atau bekas, dan tercemar, dengan atau tanpa memberiiikan informasi secara lengkap dan benar.

Semua perbuatan di atas dilarang bagi pelaku usaha yang akan mengedarkan produknya dengan tujuan agar konsumen tidak dirugikan dalam penggunaan produk tersebut. Apabila pelaku usaha melanggar apa yang telah diatur pada ayat (1) dan ayat (2) tidak boleh atau dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

1. Ketentuan hukum dalam bisnis kuliner dengan menggunakan nama dan simbol ekstrem dalam perspektif hukum Islam tidak sesuai dengan Fatwa MUI Nomor 4 Tahun 2003 Tentang Standardisasi Fatwa halal pada bagian keempat mengenai masalah penggunaan nama dan atau simbol-simbol yang mengarah kepada kekufuran dan kebatilan. Dasar hukum pengaturan pengamanan peredaran produk pangan yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan dan peraturan perundang-undangan lainnya. Pengaturan hukum ini pada dasarnya mengatur mengenai perlindungan terhadap masyarakat agar dalam mengkonsumsi makanan dan minuman yang beredar terjamin keamanannya, sesuai dengan standar atau persyaratan kesehatan, memiliki izin edar dan setiap makanan dan minuman yang dikemas wajib diberi tanda atau label sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku
2. Akibat hukum bisnis kuliner dengan menggunakan nama dan simbol ekstrem seperti menggunakan kata neraka, setan, iblis untuk nama produk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan pakaian karena hal dilarang di dalam Islam dan hukumnya adalah haram sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan bahwa makanan dan minuman yang

tidak memenuhi ketentuan standar, persyaratan kesehatan atau membahayakan kesehatan dilarang untuk diedarkan, ditarik dari peredaran, dicabut izin edar dan disita untuk dimusnahkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

3. Bisnis kuliner yang sesuai dengan kaidah hukum Islam adalah harus sesuai dengan hukum syara' artinya dalam konsep hukum Islam ada yang boleh dilakukan dan ada yang tidak boleh dilakukan dan Islam mengajarkan bahwa dalam berbisnis harus menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis sedangkan menurut Undang-undang perlindungan konsumen pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan informasi mengenai komposisi pada produk makanan dan minuman. Pelaku usaha yang memperdagangkan produk makanan dan minuman memberikan informasi yang jelas, jujur mengenai komposisi, kehalalan produk makanan dan minuman yang diperdagangkan untuk melindungi hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal.

## **B. Saran**

1. Sebaiknya pemerintah meningkatkan pengawasan produksi, pengolahan, pendistribusian makanan, dan minuman termasuk penggunaan bahan tambahan makanan dan minuman yang boleh digunakan dalam produksi dan pengolahan makanan dan minuman sehingga masyarakat terjamin kesehatan dan keselamatan dalam menggunakan suatu produk.
2. Agar konsumen harus mengetahui hukum-hukum yang ada pada syari'at Islam tentang jual beli dalam membeli nama makanan dengan sebutan nama dan simbol ekstrem.

3. Bagi para pedagang hendaknya tetap menjaga kehalalan untuk menjaga kualitas terhadap produk-produk makanan dan juga harus bias memilih nama-nama makanan yang di perbolehkan oleh agama Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- A.Z. Nasution. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Daya Widya.
- Bambang Sunggono. 2018. *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati. 2016. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Madju.
- Ida Hanifah, dkk. 2018. *Pedoman Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa*. Medan: FH. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Janus Sidabalok. 2016. *Hukum Konsumen (Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk)*. Jakarta: Panta Rei.
- Kementerian Agama RI. 2017. *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*. Jakarta: Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Prodk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji.
- ;2017. *Sistem dan Prosedur Penetapan Fatwa Produk Halal Majelis Ulama Indonesia*, Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji.
- ;2017. *Tanya Jawab Seputar Produksi Halal*. Jakarta: Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Prodk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji.
- ;2017. *Panduan Sistim Jaminan Halal*, Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji.
- Mahmud Yunus Daulay dan Nadlrah Naimi. 2016. *Studi Islam*, Jakarta: Ratu Jaya.
- Rahman I Doi. 2015. *Penjelasan Lengkap Hukum-Hukum Allah (Syariah)*. Jakarta: RajaGrafindo.
- Rachmadi Usman. 2016. *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan dan Dimensi Hukumnya Di Indonesia*, Bandung: Alumni.

Rahmi Jened. 2015. *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Global & Integrasi Ekonoomi*, Jakarta: Prenadamedia Group.

Much. Nurachmad. 2015. *Segala Tentang HAKI Indonesia*. Jakarta: Buku Biru.

Shidarta. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.

Sudarsono. 2016. *Kamus Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta.

Suparman Usman. 2015. *Hukum Islam*. Jakarta: Gaya Media Pratama.

Zumrotin K. Susilo. 2016. *Penyambung Lidah Konsumen*. Jakarta: YLKI.

## **B. Peraturan Perundang-Undangan**

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perindungan Konsumen.

Fatwa MUI Nomor 4 Tahun 2003 Tentang Standardisasi Fatwa halal.

## **C. Jurnal/Internet**

Azim Izzul Islami, Prinsip Hukum Islam Dan Etika Bisnis Islam Dalam Waralaba Berbasis Syariah, melalui <https://pa-sampit.go.id>, diakses Senin, 17 Pebruari 2020.

Daniel Maengkom, *Kuliner*, melalui <https://indogastronomi.wordpress.com>, diakses Senin, 17 Pebruari 2020.

Majelis Ulama Indonesia, “MUI Sumbar Haramkan Produk Makanan Bernama Setan”, melalui <https://www.cnnindonesia.com>, diakses Senin, 17 Pebruari 2020.

Pebriansyah Ariefana, MUI Haram Kasih Nama Produk Neraka, Setan dan Iblis”, melalui <https://www.suara.com/news>, diakses Senin, 17 Pebruari 2020, Pukul 21.00 Wib.

Rivalno Daniel Ilat, Penerapan Sanksi Pidana Terhadap Pengamanan Peredaran Makanan Dan Minuman Menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012, melalui <https://media.neliti.com/media/publications.pdf>. *Lex Crimen* Vol. IV/No. 1/Jan-Mar/2015.