

PEMBERDAYAAN HUKUM BAGI SANTRI PESANTREN AL- FATTAH SEKARAN LAMONGAN TERKAIT LABEL HALAL PADA KOSMETIK

Eny Sulistyowati¹, Arinto
Nugroho¹, Mahendra
Wardhana¹, Muh. Ali Masnun^{1*}

¹⁾ Program Studi Ilmu Hukum,
Universitas Negeri Surabaya

Article history

Received : 31 Januari 2021

Revised : 25 Februari 2021

Accepted : 19 April 2021

*Corresponding author

Muh. Ali Masnun

Email : alimasnun@unesa.ac.id

Abstrak

Indonesia dengan penduduk mayoritas beragama Islam, berkewajiban melindungi masyarakat muslim, di antaranya melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Konsumen muslim merupakan pangsa pasar yang menjanjikan keuntungan besar bagi pelaku usaha untuk memasarkan produk. Berdasarkan hal tersebut konsumen harus menjadi konsumen yang cerdas. Untuk menjadi konsumen yang cerdas perlu dilakukan pemberdayaan hukum dengan pemberian pengetahuan hukum, pemahaman hukum, sikap hukum terkait peraturan perundang-undangan terkait label halal pada kosmetik khususnya bagi Santri Pondok Al Fattah Sekaran Lamongan. Metode yang ditawarkan dalam mengatasi persoalan tersebut meliputi (1) sosialisasi, (2) penayangan video, (3) diskusi, (3) simulasi baik di kelas maupun di swalayan. Hasil kegiatan menunjukkan, sesudah mengikuti kegiatan para santri : 1) memiliki pengetahuan hukum terkait peraturan perundang-undangan terkait label halal pada kosmetik; 2) memiliki pemahaman hukum artinya mereka memahami maksud dan tujuan pemerintah mengeluarkan terkait peraturan perundang-undangan terkait label halal pada kosmetik; 3) terkait sikap hukum, para santri menyetujui dikeluarkannya peraturan perundang-undangan terkait label halal pada kosmetik. Tetapi dari aspek perilaku hukum, tim kurang berhasil membentuk perilaku hukum para santri untuk menaati peraturan perundang-undangan terkait. Mayoritas para santri masih memilih dan/atau membeli kosmetik yang tidak mencantumkan label halal.

Kata Kunci: Kosmetik, Label Halal, Pemberdayaan, Santri

Abstract

With a majority Muslim population, Indonesia should protect the Muslim community, including through Law Number 33 of 2014 concerning Guarantee of Halal Products. Muslim consumers are a market share that promises big profits for businesses to market their products. Based on this, consumers must be intelligent consumers. To become a savvy consumer, it is necessary to do legal empowerment by providing legal knowledge, legal understanding, legal attitudes related to laws and regulations about halal labels on cosmetics, especially for Santri Pondok Al Fattah Sekaran Lamongan. The methods offered in overcoming these problems include (1) socialization, (2) watching video, (3) discussion, (3) simulation both in class and in supermarkets. The results of the activity show that after participating in the activities of the students: Having legal knowledge related to laws and regulations about halal labels on cosmetics. Have a legal understanding, meaning that they understand the aims and objectives of the government in issuing laws and regulations regarding the halal label on cosmetics. Regarding legal attitudes, the students agreed to give rules and regulations regarding the halal label on cosmetics. But from the aspect of legal behavior, the team was less successful in shaping the lawful conduct of the santri to comply with the relevant laws and regulations. The majority of the students still choose and/or buy cosmetics that do not include a halal label.

Keywords: Cosmetics, Halal Label, Empowerment, Santri

Copyright © 2021 Eny Sulistyowati, Arinto Nugroho, Mahendra Wardhana,
Muh. Ali Masnun

PENDAHULUAN

Indonesia dengan penduduk mayoritas beragama Islam, maka sangat logis apabila negara perlu melindungi masyarakat muslim. Perlindungan tersebut salah satunya adalah terkait dengan keharusan

konsumen muslim mengkonsumsi produk halal. Salah satu bentuk perlindungan hukum adalah melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (selanjutnya disebut UU Jaminan Produk Halal). Keberlakuan UU Jaminan Produk Halal paling lambat 16 Oktober 2019, artinya pelaku usaha pada tanggal 17 Oktober 2019 harus memenuhi aspek legalitas terkait label halal pada produknya. Pasal 4 UU Jaminan Produk Halal menyebutkan "Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikat halal". Apabila pelaku usaha sudah memperoleh sertifikat halal maka wajib mencantumkan label halal. Kewajiban dimaksud sebagaimana diamanatkan Pasal 38 UU Jaminan Produk Halal menyebutkan bahwa "Pelaku Usaha yang telah memperoleh Sertifikat Halal wajib mencantumkan Label Halal pada: a. Kemasan Produk; b. bagian tertentu dari Produk; dan atau c. tempat tertentu pada Produk."

Ruang lingkup jenis produk sebagaimana disebutkan Pasal 1 angka 1 UU Jaminan Produk Halal adalah "barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat". Kosmetik sebagaimana dalam ketentuan tersebut merupakan salah satu jenis produk yang diwajibkan berlabel halal. Hal ini sangat logis karena setiap manusia pasti membutuhkan kosmetik. Misalnya, sabun mandi, pasta gigi, sampo, bedak, *hand and body*, *mouthwash*, dan lain sebagainya. Kosmetika adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar), atau gigi dan membran mukosa mulut, terutama untuk membersihkan, mewangian, mengubah penampilan, dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik (Pasal 1 angka 1 Peraturan Kepala Badan POM Nomor HK.03.1.23.08.11.07517 Tahun 2011 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetik).

Jumlah penduduk beragama Islam di Indonesia mencapai 209,1 juta jiwa (87,2%) dari seluruh penduduk Indonesia (HS, 2019). Berdasarkan hal tersebut, tentu konsumen muslim menjadi pangsa pasar yang menjanjikan bagi pelaku usaha untuk memasarkan produknya. Meski demikian, fakta di lapangan menunjukkan masih banyak produk yang belum berlabel halal. Direktur Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) Lukmanul Hakim mengatakan bahwa di Indonesia hingga kini baru sekitar 10% atau 688.615 produk yang memiliki sertifikat halal (Petriella, 2019). Selanjutnya, Penjelasan Umum UU Jaminan Produk Halal juga menyebutkan bahwa dalam kenyataannya banyak produk yang beredar di masyarakat belum semua terjamin kehalalannya. Tentu saja, kondisi ini memerlukan kehati-hatian konsumen muslim saat akan memilih dan membeli produk yang dibutuhkan.

Umat Islam harus menjadi konsumen muslim yang cerdas, salah satunya dengan membaca informasi produk. Bentuk informasi produk, dalam hal ini adalah label sebagaimana tertera dalam kemasan kosmetik. Label halal sebagaimana disebutkan Pasal 1 angka 11 UU Jaminan Produk Halal adalah "tanda kehalalan suatu Produk". Berkaitan dengan kewajiban membaca tersebut sudah diatur dalam pasal 5 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) bahwa "Kewajiban konsumen adalah: a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan." Konsumen tidak hanya memiliki kewajiban sebagaimana disebutkan di atas, melainkan konsumen juga memiliki hak. Hak konsumen atas informasi produk, dalam hal ini terkait informasi berupa label halal, pada dasarnya sudah dijamin dalam UUPK. Pasal 4 huruf c UUPK menyebutkan "Hak konsumen adalah : c. hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa."

Konsumen muslim mengkonsumsi kosmetik halal adalah demi ketentraman batin. Meski kosmetik dipakai di area luar/di lapisan epidermis manusia tetapi hal ini akan mempengaruhi jalannya ibadah sholat. Sholat dikatakan sah, salah satunya adalah tubuh harus suci dan tidak boleh mengandung sesuatu yang haram. Wakil Direktur LPPOM MUI, Ir. Sumunar Jati, mengemukakan bahwa "Jangan sampai terjadi (sholat tidak sah), terutama bagi muslimah, yang ingin tampil cantik, tetapi malah terpapar najis karena menggunakan produk kosmetika yang tidak jelas status kehalalan atau kesuciannya. Dan akibatnya, ibadah yang dikerjakan menjadi tidak sah" (Dewi, 2018).

Salah satu konsumen muslim adalah anak. Anak adalah seseorang yang belum berusia 18 (delapan belas) tahun, termasuk anak yang masih dalam kandungan (Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2012 tentang Perlindungan Anak). Sumarwan (2007) mengemukakan bahwa anak adalah kelompok yang berinteraksi interaktif dengan lingkungan sekolah. Pembentukan sikap dan perilaku konsumsi anak dipengaruhi diantaranya oleh teman dan sekolah. Anak karakternya mudah dipengaruhi oleh lingkungan. Dengan demikian, anak belum menjadi konsumen yang cerdas. Pesantren Al Fattah di Sekaran, Siman, Kabupaten Lamongan telah menyelenggarakan pendidikan dengan sistem boarding. Muatan materi dilaksanakan dengan menggunakan kurikulum nasional dan kurikulum diniyah (pondok). Para santri berada di jenjang SMP maupun SMA, sehingga mereka dapat dikatakan sebagai anak.

Para santri sebagai konsumen muslim anak mudah dipengaruhi oleh lingkungan dalam memilih kosmetik. Untuk itulah tim PKM melakukan kegiatan pemberdayaan hukum bagi para Santri Pesantren Al Fattah Sekaran di Kabupaten Lamongan terkait label halal pada kosmetik untuk menjadikan konsumen muslim yang cerdas. Pemberdayaan hukum dalam kegiatan ini dimaksudkan untuk membangkitkan kesadaran hukum (meliputi pengetahuan hukum, pemahaman hukum, sikap hukum, dan perilaku) para santri terkait haknya atas informasi produk berupa label halal pada kosmetik. Sebagaimana telah dipaparkan di atas, para santri sebagai konsumen muslim memiliki hak dan kewajiban. Untuk itu, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menekankan penyuluhan untuk membangkitkan kesadaran hukum pada aspek sadar akan kewajiban juga sadar akan haknya (Wignjosoebroto, 2013).

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat didasarkan pada indikator yang digunakan yang meliputi aspek pengetahuan, pemahaman, sikap, dan perilaku. Untuk aspek pengetahuan, pemahaman dan sikap dilakukan beberapa tahap antara lain:

1. Tahap Pertama
 - a) Simulasi
 - b) Pretest;
2. Tahap Kedua
 - a) Penyuluhan hukum tentang peraturan perundang-undangan terkait label halal pada kosmetik;
 - b) Pemutaran video dengan materi halal;
 - c) Diskusi;
 - d) Tanya jawab; dan
3. Tahap Ketiga
 - a) Posttest
 - b) Refleksi

Pada bagian perilaku hukum digunakan metode simulasi. Tahapan simulasi meliputi :

1. Para santri diminta membawa kosmetik yang dimiliki, lalu mengisi lembar observasi;
2. Para santri diminta mengambil kosmetik yang sudah disediakan oleh tim PKM, selanjutnya Para santri mengisi lembar observasi yang sudah disediakan oleh tim PKM. Pada tahap ini, dilaksanakan sebelum pemberian materi dan sesudah pemberian materi;
3. Simulasi yang dilaksanakan di swalayan yaitu :
 - a) Para santri diberi uang saku untuk membeli kosmetik di swalayan
 - b) Para santri mengisi lembar observasi yang sudah disiapkan oleh tim PKM.

Indikator pencapaian pengetahuan, pemahaman dan sikap hukum diukur dengan hasil *pretest* dan *posttest*. Kriteria pencapaian adalah :

1. Sangat Baik jika 80-100% santri mengetahui, memahami dan memiliki sikap positif terhadap peraturan perundang-undangan terkait label halal pada kosmetik;

2. Baik jika 70-79% santri mengetahui, memahami dan memiliki sikap positif terhadap peraturan perundang-undangan terkait label halal pada kosmetik;
3. Cukup jika 60-69 % santri mengetahui, memahami dan memiliki sikap positif terhadap peraturan perundang-undangan terkait label halal pada kosmetik;
4. Kurang jika hanya 0-59% santri yang mengetahui, memahami dan memiliki sikap positif terhadap peraturan perundang-undangan terkait label halal pada kosmetik.

Untuk melihat perilaku hukum digunakan lembar observasi, adapun indikator pencapaian adalah:

1. Jika produk kosmetik yang dipilih dan/atau dibeli adalah produk yang berlabel halal maka perilaku hukumnya menunjukkan perilaku positif/sadar atas kewajiban dan haknya sebagai konsumen muslim.
2. Jika produk kosmetik yang dipilih dan/atau dibeli adalah produk yang yang tidak berlabel halal maka perilaku hukumnya menunjukkan perilaku hukum yang negatif/tidak sadar atas kewajibannya sebagai konsumen muslim

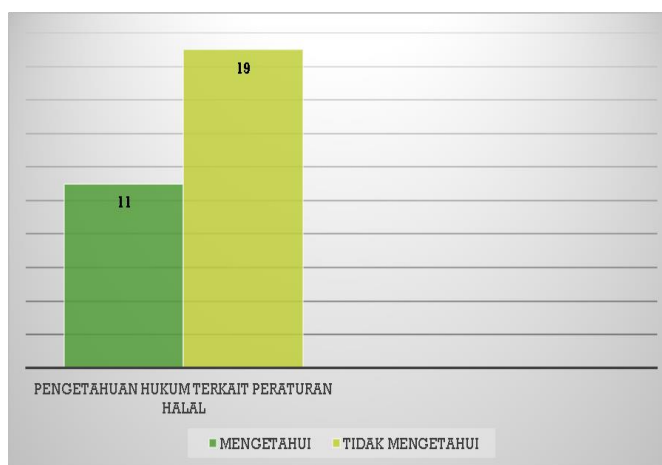
HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan di Pondok Pesantren Al Fattah, Sekaran, Siman, Lamongan. Kegiatan diadakan selama 2 (dua) hari yaitu pada : Hari pertama, Rabu, tanggal 4 September 2019; dan Hari kedua, Selasa, tanggal 10 September 2019.

Kegiatan dimulai pukul 08.00 sampai dengan pukul 13.00. Jumlah santri yang mengikuti ada 30 orang santri, terdiri dari 15 santri perempuan dan 15 santri laki-laki. Para santri terdiri atas 10 orang dari kelas 7, 10 orang dari kelas kelas 8 dan 10 orang dari kelas 9. Para peserta kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, dibagi menjadi 6 kelompok, masing-masing kelompok terdiri atas 6 orang. Pengabdian Kepada Masyarakat, pada hari pertama, melalui 4 (empat) tahap, yaitu :

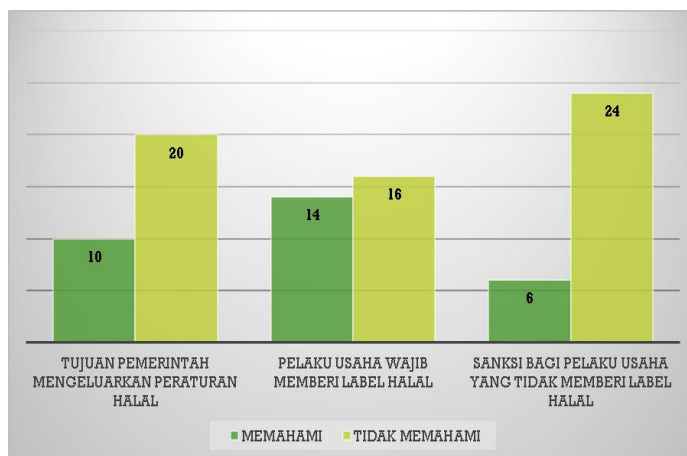
Tahap Pertama

Tahap pertama melalui tahapan-tahapan sebagai berikut : **1) Simulasi kosmetik milik pribadi para santri.** Para santri diminta membawa kosmetik yang dimilikinya, kemudian mengisi lembar observasi. Hasil simulasi kosmetik milik para santri menunjukkan dari 30 santri, ada 3 orang kurang memahami barang apa saja yang termasuk kosmetik. Ketiga santri tersebut membawa pewangi pakaian. Sisanya 27 santri membawa barang sebagaimana ditentukan oleh tim. Adapun alasan mayoritas para santri membeli kosmetiknya adalah mereka terbiasa membeli kosmetik tersebut. **2) Tim melaksanakan pre-test.** Tujuan *pre-test* adalah menggali pengetahuan, pemahaman dan sikap hukum para santri Pesantren Al Fattah terkait peraturan perundang-undangan tentang label halal pada kosmetik. Hasil *pretest* terkait pengetahuan hukum, pemahaman hukum dan sikap hukum adalah sebagai berikut:



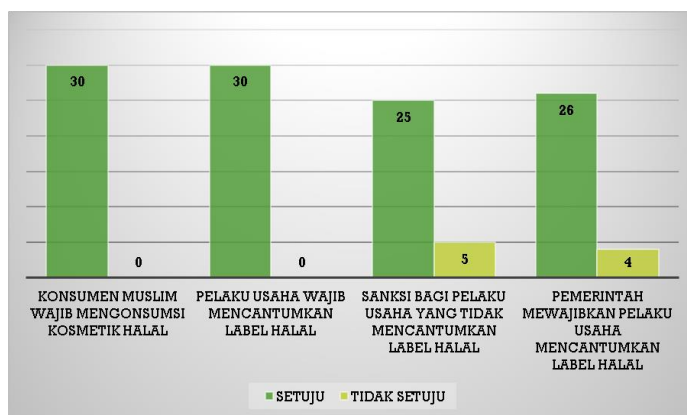
Gambar 1. Hasil *Pretest* Tingkat Pengetahuan Hukum

Berdasarkan gambar 1 tampak bahwa sejumlah 19 santri (63%), tidak mengetahui bahwa pemerintah telah mengundang berbagai peraturan perundang-undangan terkait label halal. Mereka yang mengetahui jumlahnya ada 11 santri. Pengetahuan hukum tersebut bersumber pada media televisi. Adanya fiksi hukum yang menganggap bahwa begitu norma hukum diberlakukan maka pada waktu itu pula setiap orang dianggap tahu hukum tidak terbukti disini.



Gambar 2. Hasil Pretest Tingkat Pemahaman Hukum

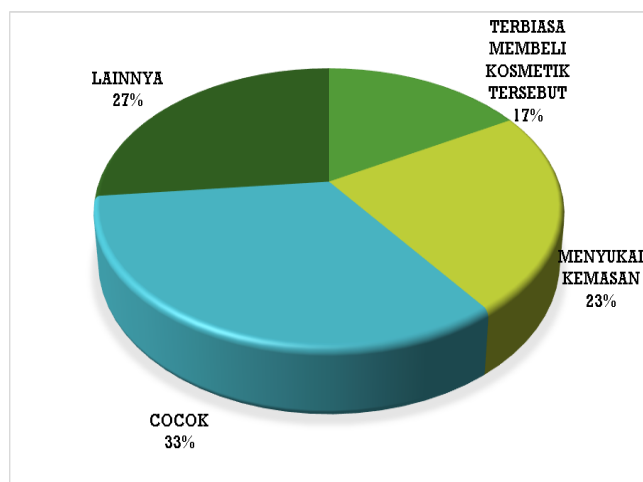
Berdasarkan gambar 2 tampak bahwa yaitu 20 orang (67%) tidak memahami tujuan pemerintah mengeluarkan peraturan perundang-undangan terkait label halal. Berkaitan dengan pemahaman peraturan perundang-undangan terkait kewajiban pelaku usaha untuk mencantumkan label halal pada produknya, hasilnya hampir seimbang antara santri yang memahami, yaitu sejumlah 14 orang dan santri yang tidak memahami, yaitu sejumlah 16 orang (63%). Adanya peraturan perundang-undangan yang memberi sanksi bagi pelaku usaha yang tidak mencantumkan label halal pada kosmetik menunjukkan hasil mayoritas santri, 24 orang (80%) tidak memahami. Santri yang memahami peraturan perundang-undangan yang memberi sanksi bagi pelaku usaha yang tidak mencantumkan label halal pada kosmetik hanya 6 orang.



Gambar 3. Hasil Pretest Tingkat Sikap Hukum

Berdasarkan gambar 3 tampak bahwa semua santri, 30 orang (100%) menyetujuinya. Begitu pula, adanya kewajiban pelaku usaha untuk mencantumkan label halal pada kosmetik, semua santri, 30 orang (100%) juga menyetujuinya. Sanksi diberikan pada pelaku usaha yang tidak mencantumkan label halal pada produknya, hasilnya menunjukkan 25 (83%) orang menyetujui dan sisanya, yaitu 5 orang santri tidak menyetujuinya. Berikutnya, santri yang menyetujui jika pemerintah mewajibkan pelaku usaha untuk mencantumkan label halal sejumlah 26 (86%) santri. **3) Simulasi Kosmetik.** Pada tahap ini, tim Pengabdian Kepada Masyarakat sudah

menyediakan berbagai macam kosmetik baik yang berlabel halal maupun tidak berlabel halal. Terakhir, para santri mengisi lembar observasi yang sudah disediakan. Ada beberapa alasan para santri mengambil kosmetik sebagaimana tercantum pada diagram di bawah ini.



Gambar 4. Diagram Lingkaran 1 Perilaku Hukum

Berdasarkan gambar 4 tampak bahwa alasan mayoritas santri (33%) mengambil kosmetik adalah kecocokan memakai kosmetik tersebut. Pada urutan kedua adalah alasan lain. Alasan lain yaitu mengandung siwak, berbau wangi, dan ingin mencoba. Meski tim Pengabdian Kepada Masyarakat sudah menyediakan kosmetik yang berlabel halal, tetapi tidak ada seorang santri pun yang memiliki alasan karena ada label halal yang tercantum pada kemasan kosmetik. Hal ini menunjukkan mereka belum memiliki perilaku hukum yang tinggi. Perilaku hukum merupakan indikator keempat (terakhir) dari kesadaran hukum. Artinya, kesadaran hukum mereka belum tinggi yang mengakibatkan para santri belum memiliki keberdayaan hukum sebagai konsumen yang sadar akan hak-haknya. Hak konsumen disini adalah hak atas penandaan halal pada kosmetik

Tahap Kedua

Menurut UNDP ada beberapa upaya untuk pemberdayaan hukum diantaranya adalah *enhancing legal awareness, especially through (legal) education and (legal) literacy campaign*. Tahap kedua disini merupakan salah satu upaya pemberdayaan hukum bagi para santri yaitu berupa *legal literacy campaign*. Adapun tahap kedua dilaksanakan dengan proses sebagai berikut:

1. Pemaparan materi.

Materi Pengabdian Kepada Masyarakat ada 2 aspek yaitu: a) label halal dari sudut pandang hukum positif yang berlaku di Indonesia; b) kosmetik halal dari sudut pandang hukum Islam.

2. Diskusi dan Tanya Jawab

Pada sesi diskusi dan tanya jawab, para santri diberi kesempatan oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat untuk menanyakan hal-hal yang belum dipahami terkait materi yang sudah dipaparkan. Beberapa pertanyaan diantaranya mengapa merek sama dengan jenis produk yang sama tetapi berbeda aroma, yang aroma yang satu berlabel halal dan yang satu tidak berlabel halal.

3. Penayangan Video

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat menayangkan video terkait label halal pada kosmetik. Video tersebut diunduh dari youtube.

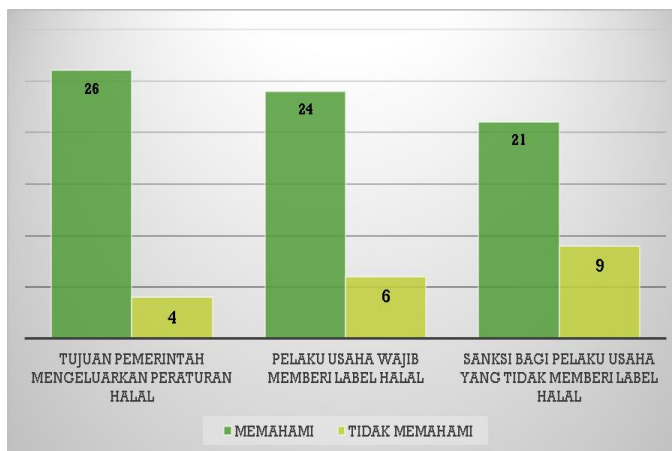
Tahap Ketiga

Tahap ketiga meliputi: **1) Pelaksanaan post-test**. Pada tahap ini diadakan *posttest* terkait pengetahuan hukum, pemahaman hukum dan sikap hukum terkait peraturan perundang-undangan label halal, pemahaman hukum dan sikap hukum para santri sesudah diberi materi oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat. Hasil *posttest* adalah sebagai berikut.



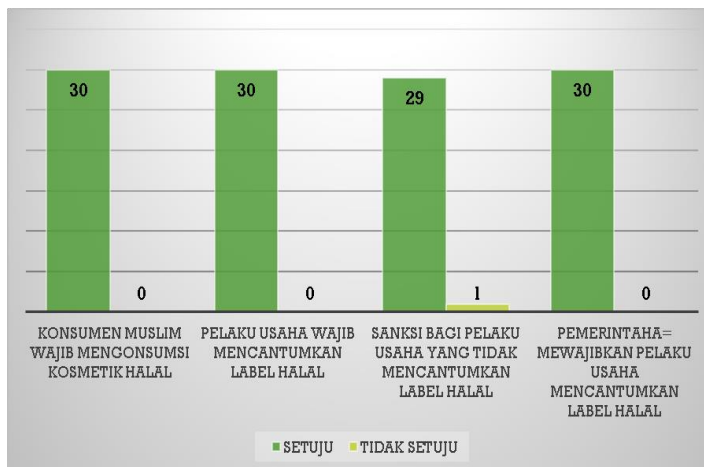
Gambar 5. Hasil Posttest Tingkat Pengetahuan Hukum

Berdasarkan gambar 5, menunjukkan bahwa hasil *posttest* mayoritas santri yaitu 28 orang (93%) mengetahui peraturan perundang-undangan terkait label halal pada kosmetik. Pengetahuan mereka didapat dari tim Pengabdian Kepada Masyarakat. Wignjosoebroto (2013) memaparkan bahwa pengetahuan seseorang tentang ada tidaknya aturan yang mengatur suatu perbuatan merupakan gatra kognitif (sadar untuk tahu). Sosialisasi peraturan perundang-undangan harus bertujuan antara lain bagaimana supaya anggota masyarakat dapat mengetahui adanya suatu peraturan perundang-undangan (Ali, 2012). Disini tampak peran tim sudah berhasil membuat para santri mengetahui adanya peraturan perundang-undangan tentang terkait label halal pada kosmetik.



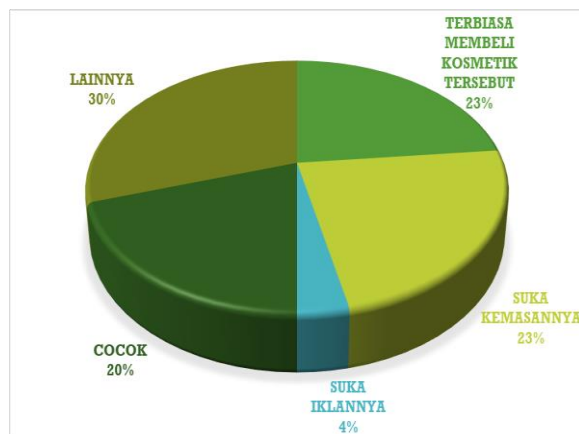
Gambar 6. Hasil Posttest Tingkat Pemahaman Hukum

Berdasarkan gambar 6 tampak mayoritas santri 26 santri (93%) sudah memahami tujuan pemerintah mengeluarkan peraturan perundang-undangan terkait label halal pada kosmetik. Mayoritas santri 24 orang (80%) juga sudah memahami tujuan pemerintah mewajibkan pelaku usaha mencantumkan label halal. Sejumlah 21 santri (70%) juga sudah memahami bahwa pelaku usaha yang tidak memberi label halal akan diberi sanksi. Artinya sosialisasi tim sudah berhasil karena sosialisasi peraturan perundang-undangan salah satu tujuannya adalah bagaimana supaya anggota masyarakat dapat mengetahui isi suatu peraturan perundang-undangan (Ali & Heryani, 2012).



Gambar 7 Hasil Postest Tingkat Sikap Hukum

Berdasarkan diagram batang 5 menunjukkan bahwa sikap hukum mayoritas santri, 30 orang (100%) menyetujui apabila 1) konsumen muslim wajib mengonsumsi kosmetik halal; 2) pelaku usaha wajib mencantumkan label halal; dan 3) pemerintah mewajibkan pelaku usaha mencantumkan label halal. Apabila pelaku usaha diberi sanksi jika tidak mencantumkan label halal, mayoritas santri, 9 orang (90%) juga menyetujuinya. Sikap hukum merupakan sesuatu yang berdimensi nilai. Hal ini artinya tim berhasil melakukan sosialisasi karena sosialisasi peraturan perundang-undangan salah satu tujuannya adalah bagaimana supaya anggota masyarakat dapat menyesuaikan baik pola pikirnya dengan tujuan yang dikehendaki suatu peraturan perundang-undangan (Ali & Heryani, 2012). **2) Simulasi Perilaku Hukum.** Pada tahap ini para santri diminta mengambil kosmetik untuk melihat perilaku hukum mereka sesudah diberi materi oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat. Ada beberapa alasan pemilihan. Alasannya sebagaimana pada diagram batang di bawah ini



Gambar 8. Sikap Hukum

Berdasarkan gambar 8 tampak bahwa mayoritas santri (30 %) memilih alasan lain. Alasan tersebut adalah karena wangi, ingin mencoba dan ada label halal. Meski ada alasan pemilihan karena label halal tetapi yang memilih dengan alasan tersebut hanya 4 orang santri. Sosialisasi peraturan perundang-undangan salah satu tujuannya adalah bagaimana agar anggota masyarakat dapat menyesuaikan tingkah lakunya dengan tujuan yang dikehendaki suatu peraturan perundang-undangan (Ali & Heryani, 2012). Pada tahap ini, tim belum berhasil secara maksimal untuk membentuk perilaku hukum mereka. Untuk itu diperlukan peran kyai di pondok pesantren untuk selalu menanamkan nilai-nilai halal sehingga para santri dapat melaksanakan pada kehidupan sehari-hari.

Bentuk simulasi lain yang dilakukan oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat dengan mengajak para santri untuk membeli kosmetik di toko swalayan terdekat. Tim memberi uang saku untuk membeli kosmetik pada para santri. Uang saku sebesar Rp 25.000,00. Sebelum mereka berbelanja kosmetik, tim memberi pengarahan kepada para santri. Para santri harus membeli 1 buah kosmetik. Mereka bebas memilih dan membeli kosmetik. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat berhasil memberikan pemberdayaan hukum bagi para santri dalam tataran pengetahuan hukum, pemahaman hukum, dan sikap hukum terkait peraturan perundang-undangan tentang label halal pada kosmetik. Berikut hasil perbandingan *pre-test* dan *post-test* berkaitan dengan pengetahuan, pemahaman dan sikap hukum para santri.

Tabel 1. Perbandingan Pre-test dan Post-test

Indikator	Kesadaran Hukum Sub Indikator	Pretest		Posttest	
		Persentase	Kriteria	Persentase	Kriteria
Pengetahuan	Memiliki pengetahuan tentang peraturan perundang-undangan terkait jaminan produk halal	37 %	Kurang	93 %	Sangat Baik
Pemahaman	Memahami tujuan pemerintah mengeluarkan peraturan perundang-undangan terkait jaminan produk halal	33 %	Kurang	93 %	Sangat Baik
	Memahami kewajiban pelaku usaha mencantumkan label halal pada kosmetik	47 %	Kurang	80 %	Sangat Baik
	Memahami sanksi yang diberikan jika pelaku usaha tidak mencantumkan label halal pada kosmetik	20 %	Kurang	70 %	Baik
Sikap	Menyetujui jika konsumen muslim wajib mengonsumsi kosmetik halal	100 %	Sangat Baik	100 %	Sangat Baik
	Menyetujui jika pelaku usaha wajib mencantumkan label halal pada kosmetik	100 %	Sangat Baik	100 %	Sangat Baik
	Menyetujui jika pelaku usaha yang tidak mencantumkan label halal pada kosmetik dikenai sanksi.	83 %	Sangat Baik	90 %	Sangat Baik
	Menyetujui jika pemerintah mengeluarkan peraturan perundang-undangan yang mewajibkan pelaku usaha mencantumkan label halal pada kosmetik	86 %	Sangat Baik	100 %	Sangat Baik

Pada indikator pengetahuan dan pemahaman hukum menunjukkan kenaikan yang sangat tinggi. Skor pada saat *pretest* di bawah 50% dan pada saat *posttest* skor meningkat di atas 70%. Indikator sikap hukum memiliki "kestabilan" skor baik pada saat *pretest* maupun pada saat *posttest*, dengan skor di atas 83%. Sikap memiliki dimensi nilai. Dalam hal ini adalah nilai-nilai yang dianut oleh para santri. Konsep konsumsi dalam Islam berdasar pertimbangan pemberian dan rejeki dari Tuhan (Zulham, 2018). Konsumsi adalah proses ibadah yang memiliki nilai di dalamnya. Landasan ini melahirkan prinsip dasar konsumsi yang diatur dalam hukum Islam yaitu (1) prinsip halal. Seorang muslim diperintahkan mengonsumsi barang yang halal; dan (2) prinsip kebersihan dan kesehatan (*tayyib*). Selanjutnya Mochtar Kusumaatmadja mengemukakan bahwa hukum sebagai kaidah sosial tidak terlepas dari unsur nilai (*value*) yang berlaku di masyarakat (Manan, 2009). Hukum merupakan pencerminan nilai-nilai yang berlaku di dalam masyarakat.

Tim kurang berhasil pada aspek perilaku hukum. Para santri meski sudah memiliki pengetahuan hukum, pemahaman hukum, dan sikap hukum dengan kriteria sangat baik terkait peraturan perundang-undangan yang terkait label halal pada kosmetik sebagian besar para santri masih memilih dan/atau membeli kosmetik yang tidak berlabel halal. Kondisi ini sejalan dengan yang dikemukakan Hoefnagels bahwa empat derajat kepatuhan hukum, antara lain bahwa seseorang yang tidak mematuhi hukum meski seseorang menyetujui nilai-nilainya (Prakoso, 2017). Perbandingan hasil simulasi adalah sebagai berikut:

1. Pada saat *pre-test*, tidak ada santri memilih kosmetik dengan alasan berlabel halal. Meskipun kosmetik yang dipilih para santri mencantumkan label halal ada 11 kosmetik tetapi alasan mereka adalah (1) cocok dengan kosmetik tersebut 33 %, (2) menyukai kemasannya 24 %, dan (3) terbiasa menggunakan kosmetik tersebut.
2. Pada saat *posttest*, hanya ada 2 (7 %) santri memilih kosmetik dengan alasan berlabel halal. Meskipun kosmetik yang dipilih para santri mencantumkan label halal ada 12 kosmetik tetapi mayoritas santri mengemukakan alasan bukan karena ada label halalnya.
3. Pada saat di swalayan, hanya 2 (7 %) santri memilih dan membeli kosmetik dengan alasan berlabel halal. Meskipun kosmetik yang dipilih para santri mencantumkan label halal ada 27 kosmetik tetapi mayoritas santri mengemukakan alasan bukan karena ada label halalnya.

Hak konsumen muslim atas keamanan, kenyamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang sebagaimana disebutkan dalam Pasal 4 huruf a UUPK sudah diwujudkan dalam bentuk label halal. Ichwan Sam mengemukakan bahwa setiap konsumen muslim memiliki hak untuk mendapat jaminan kepastian bahwa produk-produk yang dikonsumsi adalah halal (Hasan, 2014). Setiap muslim hanya boleh mengonsumsi produk halal, sementara tidak semua konsumen muslim dapat mengetahui kehalalan produk. Pemerintah sudah memberi perlindungan hukum kepada konsumen muslim dengan dikeluarkannya berbagai peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan kehalalan kosmetik.

Pemberdayaan hukum terkait pengetahuan hukum, pemahaman hukum, sikap hukum dan perilaku hukum bagi para santri harus dipupuk secara terus menerus. Kesadaran hukum bukan sesuatu yang tumbuh dengan cepat sehingga kesadaran hukum harus ditanamkan secara sadar supaya melekat di dalam hati sanubari seseorang. Von Savigny menjelaskan kondisi ini sebagai : *ist und wird mit dem volke* (Warassih, 2005).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dapat disimpulkan bahwa sesudah diadakan kegiatan ini, para santri sudah memiliki keberdayaan hukum relatif sangat baik, dalam tataran pengetahuan hukum, pemahaman hukum, dan sikap hukum terkait peraturan perundang-undangan tentang label halal pada kosmetik. Hal tersebut merupakan faktor pendukung untuk menjadi konsumen muslim yang cerdas. Sedangkan pada tataran perilaku hukum, para santri masih tidak berdaya secara hukum. Perilaku hukum para santri merupakan faktor penghambat untuk menjadi konsumen muslim yang cerdas

PUSTAKA

- Ali, A., & Heryani, W. (2012). *Menjelajahi Kajian Empiris Terhadap Hukum* (1st ed.). Kencana Prenada Media : Jakarta.
- Hasan, K. N. S. (2014). *Sertifikasi halal dalam hukum positif : regulasi dan implementasi di Indonesia* (F. J. Rachmawaty (ed.); 1st ed.). Aswaja Pressindo.
- HS, M. (2019). *Opini Ekosistem Halal: Menjanjikan Tapi Menantang Ekosistem Halal: Menjanjikan Tapi Menantang*. <https://kemenag.go.id/berita/read/511469.Ekosistem>
- Manan, A. (2009). *Aspek-Aspek Pengubah Hukum* (1st ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Petriella, Y. (2019). *LPPOM UI: Baru 668.615 Produk di Indonesia Tersertifikasi Halal*.

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190116/12/879298/lppom-ui-baru-668.615-produk-di-indonesia-tersertifikasi-halal>

Prakoso, A. (2017). *Sosiologi hukum*. LaksBang Pressindo.

Sumarwan, U. (2007). Karakter Konsumen Anak. *Food Review Referensi Lndustri & Teknologi Pangan Indonesia*, 2(11), 10–13.

Warassih, E. (2005). *Pranata hukum : sebuah telaah sosiologis* (K. Karolus & M. HR (eds.)). Suryandaru Utama.

Wignjosoebroto, S. (2013). *Hukum dalam Masyarakat* (2nd ed.). Graha Ilmu.

Zulham. (2018). *Peran negara dalam perlindungan konsumen Muslim terhadap produk halal*. Kencana.

Format Sitasi: Sulistiyowati, E., Nugroho, A., Wardhana, M & Masnun, A. 2021. Pemberdayaan Hukum Bagi Santri Pesantren Al-Fattah Sekaran Lamongan Terkait Label Halal pada Kosmetik. *Reswara. J. Pengabd. Kpd. Masy.* 2(2): 230-240. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i2.1069>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercialL ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/))