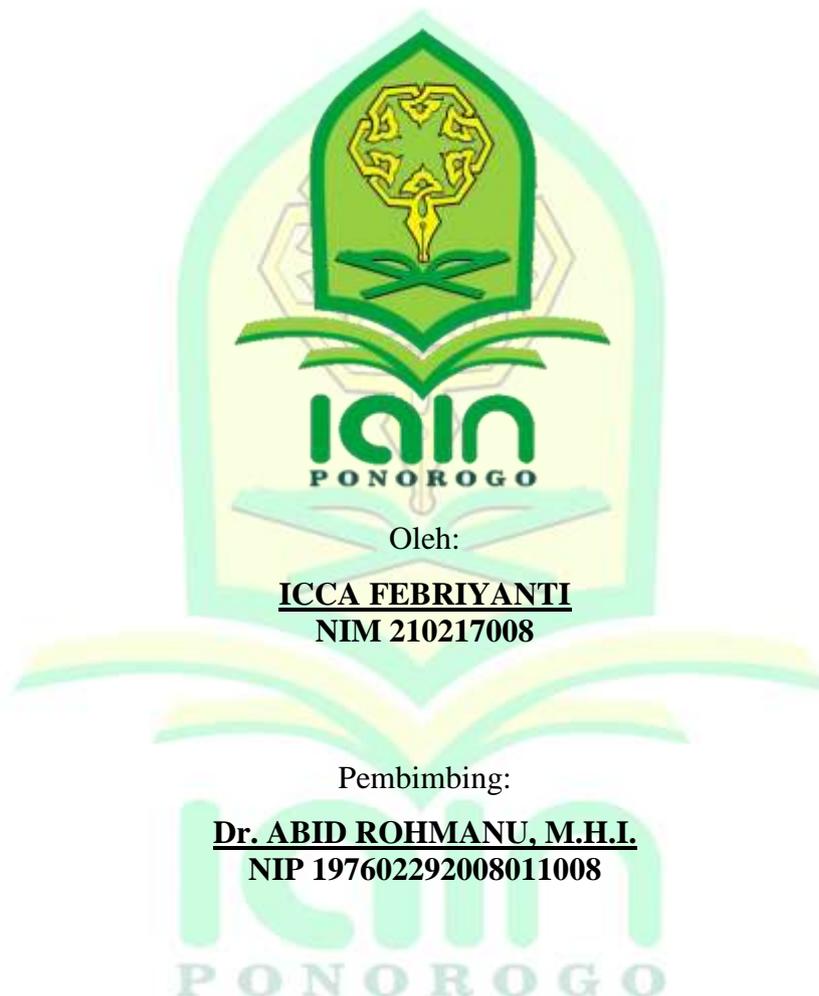


**TINJAUAN SOSIOLOGI HUKUM ISLAM TERHADAP PRODUK UMKM
DI KECAMATAN PULUNG KABUPATEN PONOROGO**

SKRIPSI



**JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2021

ABSTRAK

Febriyanti, Icca, 2021. *Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Produk UMKM di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo*, Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Dr. Abid Rohmanu, M.H.I.

Kata kunci/keyword: *Sosiologi Hukum Islam, Produk UMKM*

Penelitian ini berangkat dari terjadinya proses labelisasi produk pangan UMKM yang tidak memuat tanggal kadaluwarsa, kode produksi dan pencantuman label halal tanpa adanya sertifikasi halal dari MUI yang dilakukan oleh pelaku usaha di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo. Padahal dalam Peraturan BPOM No. 31 Tahun 2018 menjelaskan bahwa setiap label harus memuat paling sedikit mengenai: nama produk, komposisi, berat bersih, nama dan alamat produsen, label halal bagi yang dipersyaratkan, kode produksi, kadaluwarsa, nomor izin edar dan asal usul bahan pangan tertentu. Label halal wajib dicantumkan setelah mendapat sertifikat halal. Namun dalam operasionalnya banyak pelaku usaha yang tidak mencantumkan informasi yang lengkap pada label produk.

Berdasarkan hal tersebut penulis ingin meninjau fenomena tersebut dari sudut pandang sosiologi hukum Islam, dengan rumusan masalah, bagaimana tinjauan sosiologi hukum Islam terhadap praktik labelisasi pada produk UMKM di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo? dan bagaimana tinjauan sosiologi hukum Islam terhadap faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi pada produk UMKM yang dilakukan oleh para pelaku usaha di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo?

Adapun jenis penelitian yang dilakukan penulis merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode kualitatif. Analisis yang digunakan yaitu dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa praktik labelisasi yang dilakukan oleh para pelaku usaha secara keseluruhan sudah sesuai dengan tiga ide dasar teori interaksionisme simbolik yang dikemukakan oleh Herbert Mead. Hal ini dikarenakan setiap tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha diterjemahkan dari pikiran manusia (*mind*) mengenai diri sendiri (*self*) dan dilakukan di tengah masyarakat (*society*) dimana individu menetap. Faktor-faktor yang melatarbelakangi pelaku usaha melakukan labelisasi secara keseluruhan sudah sesuai dengan tiga premis dasar teori interaksionisme simbolik yang dikemukakan oleh Blumer yang merupakan tokoh yang mengumpulkan, menyunting, dan mempublikasikan pemikiran Mead ke dalam sebuah buku bertajuk *Mind, Self, and Society*. Dimana pelaku usaha dan Dinas Perdagkum bertindak berdasarkan pemaknaan atau penerjemahan yang disesuaikan dengan kemampuan pelaku usaha. Sedangkan dalam penerapan prinsip ekonomi syariah, tindakan pelaku usaha tidak sesuai dengan penerapan prinsip kejujuran dan kebenaran, beberapa pelaku usaha tidak jujur dalam memberikan informasi pada label.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Icca Febriyanti

NIM : 210217008

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

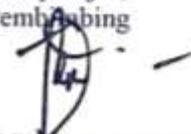
Judul : Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Produk UMKM di
Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian *munaqasah*.

Ponorogo, 19 April 2021



Menyetujui,
Pembimbing



Dr. Abid Rohmanu, M.H.I.
NIP. 197602292008011008



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
PENGESEHAN**

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Icca Febriyanti
NIM : 210217008
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Produk UMKM di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo

Skripsi ini telah dipertahankan dalam sidang *munaqasah* Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 05 Mei 2021

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Syariah pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 12 Mei 2021

Tim penguji:

1. Ketua Sidang : Dr. Moh. Mukhlas, M.Pd.
2. Penguji I : Lia Noviana, M.H.I.
3. Penguji II : Dr. Abid Rohmanu, M.H.I.

(Mukhlas)
(Lia Noviana)
(Abid Rohmanu)

Ponorogo, 12 Mei 2021

Mengesahkan

Dekan Fakultas Syariah,



Dr. H. Khusniati Rofiah, M.S.I.
NIP. 197401102000032001

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Icca Febriyanti

NIM : 210217008

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Produk UMKM Di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi/tesis telah diperiksa dan disaksikan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun ini dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 21 Mei 2021

Yang Membuat Pernyataan



Icca Febriyanti
210217008

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Icca Febriyanti
NIM : 210217008
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Produk UMKM
di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil-alihan tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi perbuatan tersebut.

Ponorogo, 19 April 2021

Yang Membuat Pernyataan



Icca Febriyanti
210217008

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa ini kebutuhan sehari-hari semakin meningkat akan tetapi tidak dibarengi dengan pendapatan yang setara. Selain itu jumlah lapangan pekerjaan di Indonesia semakin hari semakin sedikit, keadaan-keadaan seperti ini yang mendorong masyarakat untuk berfikir kreatif dalam mencukupi kebutuhan sehari-hari. Salah satu upaya yang dilakukan oleh masyarakat yaitu dengan membuka usaha sendiri. Pelaku usaha memberikan penawaran berbagai macam produk yang bertujuan untuk menarik para konsumen membeli atau menggunakan produk yang mereka tawarkan.

Dalam agama Islam kegiatan tersebut disebut dengan kegiatan bermuamalah. Adapun muamalah itu sendiri memiliki arti suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dengan seseorang atau beberapa orang untuk memenuhi kebutuhan masing-masing.¹ Dalam ajaran Islam terdapat *fiqh* muamalah yang secara khusus mengatur berbagai akad atau transaksi yang membolehkan manusia saling memiliki harta benda dan saling tukar-menukar manfaat berdasarkan syariat Islam.² Konsep berbisnis dalam Islam harus dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan.³

¹Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2019) 2.

²Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah* (Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2019), 2.

³ Nurhalis, "Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999," *Jurnal IUS*, vol. III No. 9, (Lombok Timur: IAIH NW, 2015), 526.

Makanan merupakan kebutuhan yang pokok dalam keberlangsungan hidup manusia. Seiring perkembangan zaman, manusia sebagai konsumen yang selalu menginginkan hal-hal yang instan. Kecenderungan perilaku manusia ini mendorong para pelaku usaha untuk lebih inovatif dalam menyajikan produknya dengan menyediakan makanan secara instan, dimana konsumen tidak perlu mengolah kembali dan menghemat waktu untuk mengkonsumsi makanan. Akan tetapi konsumen juga harus teliti dalam memilih makanan, dengan memastikan bahwa produk makanan harus yang baik, halal, terjamin dan tidak membahayakan kesehatan konsumen.

Dalam kerangka acuan Islam, barang-barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang-barang yang menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian, keindahan, dan menimbulkan kemaslahatan untuk umat, baik secara material maupun spiritual.⁴ Selain itu, mayoritas penduduk di Indonesia merupakan masyarakat yang beragama muslim dimana tentunya dalam memilih suatu produk haruslah memperhatikan halal dan haramnya serta memperhatikan kemaslahatannya. Untuk mencapai kemaslahatan tersebut produsen juga harus memberikan informasi yang benar adanya dan jujur dengan menuliskan keterangan-keterangan yang diperlukan pada label produk sehingga tidak menyesatkan konsumen.

Peraturan mengenai label sendiri diatur dalam PP No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan yang membahas lebih rinci mengenai ketentuan

⁴ Nur Rianto, *Pengantar Ekonomi Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), 192.

labelisasi produk. Dalam peraturan ini dijelaskan ketentuan mengenai pencantuman atau penulisan keterangan tentang:⁵

Pertama, bahan yang digunakan dalam kegiatan atau proses produksi pangan dicantumkan pada label sebagai daftar bahan secara berurutan dimulai dari bagian yang terbanyak, kecuali vitamin, mineral dan zat penambah gizi lainnya. Serta menggunakan nama yang lazim digunakan, apabila ada pangan mengandung Bahan Pangan Tambahan, pada label wajib dicantumkan golongan Bahan Tambahan Pangan.

Kedua, tanggal kadaluwarsa, tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa wajib dicantumkan secara jelas pada label. Pencantuman ini dilakukan setelah pencantuman tulisan “Baik Digunakan Sebelum”, sesuai dengan jenis dan daya tahan pangan yang bersangkutan. Dalam hal produk pangan yang kadaluwarsanya lebih dari 3 bulan diperbolehkan untuk hanya mencantumkan bulan dan tahun kadaluwarsanya saja.

Ketiga, kode produksi pangan dicantumkan pada bagian yang mudah untuk dilihat dan dibaca, kode produksi sekurang-kurangnya memberikan penjelasan mengenai riwayat produksi pangan yang bersangkutan.

Pada Pasal 10 PP No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan dijelaskan bahwa “setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau

⁵ Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Pangan.

tulisan halal pada Label”.⁶ Dimana kebenaran ini tidak hanya dibuktikan dengan bahan baku saja tetapi juga dari proses pengolahannya.

Kecamatan Pulung merupakan salah satu daerah dataran tinggi di Kabupaten Ponorogo yang banyak menghasilkan bahan pangan dari hasil pertanian seperti kacang tanah, umbi-umbian, dan buah-buahan. Meskipun Kecamatan Pulung merupakan dataran tinggi tetapi banyak industri rumah tangga yang berdiri, terutama yang bergerak di bidang pengolahan pangan. Beberapa produsen olahan makanan yang ada di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo adalah Cap Mawar, Ragil, Suka Jaya, MM, Garing dan PR'IMA. Cap Mawar ini sendiri merupakan jajanan aneka keripik yaitu keripik talas, keripik ubi, keripik singkong, keripik tempe, keripik gadung, keripik pisang, keripik bayam, keripik pangsit, rempeyek, kacang goreng dan emping melinjo. Ragil ini memproduksi keripik singkong dan merupakan salah satu UMKM yang tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa pada label.⁷ Suka Jaya merupakan UMKM yang menghasilkan produk marning jagung, cendol keju, kedelai goreng, kacang kapri dan kacang goreng. Pada UMKM MM memproduksi keripik dhebog, sedangkan pada UMKM Garing memproduksi kacang goreng. UMKM PR'IMA merupakan salah satu UMKM yang mencantumkan label halal tanpa adanya sertifikasi halal, produk yang dihasilkan adalah keripik tempe dan rempeyek.

Para pelaku usaha memberikan label pada setiap produknya yang memberikan informasi-informasi tentang produknya tetapi tidak dicantumkan

⁶ Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Pangan.

⁷ Lilik, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 4 April 2021.

dengan lengkap. Rata-rata pelaku usaha hanya mencantumkan nama produk dan nomor izin edar saja dan tidak mencantumkan komposisi, tanggal kadaluwarsa dan kode produksi secara lengkap. Selain itu pelaku usaha juga mencantumkan label halal pada label produk tanpa adanya sertifikasi halal. Hal ini tentunya dapat merugikan konsumen karena konsumen tidak mendapatkan informasi yang jelas serta kepastian terhadap produk tersebut.

Hal ini yang menyebabkan penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai permasalahan pada produk UMKM di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo karena produk UMKM banyak diminati oleh masyarakat setempat. Pada produk UMKM di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo banyak sekali produk yang tidak memuat keterangan-keterangan mengenai kode produksi, komposisi, tanggal kadaluwarsa dan pencantuman label halal tanpa adanya sertifikasi halal MUI. Sedangkan dalam PP No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan menjelaskan bahwa setiap produk pangan yang masuk, beredar, dan diperdagangkan harus mencantumkan keterangan-keterangan mengenai kode produksi, komposisi, tanggal kadaluwarsa serta label halal. Tentunya regulasi ini juga bertujuan untuk kemaslahatan baik bagi pihak konsumen maupun bagi pelaku usaha.

Dalam hal ini, pelaku usaha memahami regulasi tersebut dengan beranggapan bahwa usaha yang dimilikinya belum besar sehingga tidak harus mencantumkan semua keterangan-keterangan tersebut. Dari dinas kesehatan juga memberitahukan kepada pelaku usaha untuk mencantumkan keterangan-keterangan tersebut, tetapi dinas kesehatan juga kurang mengawasi praktiknya.

Padahal dalam praktiknya pelaku usaha hanya mencantumkan beberapa keterangan-keterangan yang menurut mereka penting untuk dicantumkan. Pelaku usaha melakukan hal tersebut karena pelaku usaha beranggapan bahwa konsumennya belum luas dan skala produksi yang belum besar sehingga mereka tidak harus mencantumkan keterangan-keterangan tersebut. Selain itu, pelaku usaha juga bercermin dari pelaku usaha lainnya yang juga tidak mencantumkan keterangan-keterangan tersebut dengan lengkap. Hal ini yang menyebabkan para pelaku usaha tidak mempraktikkan regulasi tersebut dengan baik.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tinjauan sosiologi hukum Islam terhadap praktik labelisasi pada produk UMKM di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo?
2. Bagaimana tinjauan sosiologi hukum Islam terhadap faktor-faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi pada produk UMKM yang dilakukan oleh para pelaku usaha di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam melakukan penelitian adalah untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan yang telah diidentifikasi di atas, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan tinjauan sosiologi hukum Islam terhadap praktik labelisasi pada produk UMKM di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo.
2. Untuk menjelaskan tinjauan sosiologi hukum Islam terhadap faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi pada produk UMKM yang dilakukan oleh para pelaku usaha di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memperkaya wawasan pengetahuan terutama yang berkaitan dengan masalah hukum ekonomi dan sosiologi hukum. Selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan lebih lanjut bagi peneliti, praktisi dan pihak-pihak akademi.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pelaku usaha sebagai bahan koreksi dan informasi yang benar mengenai proses labelisasi dan dapat memberikan sumbangan pikiran kepada semua pihak yang terkait dan yang lebih khusus bagi pribadi penulis dalam wawasan dan pengembangan karya ilmiah.

E. Telaah Pustaka

Rencana penelitian ini berangkat dari telaah beberapa sumber pustaka dan kajian terdahulu. Adapun penelitian yang dilakukan sebelumnya, yaitu:

Pertama, Eka Fasya Agustina, “Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Produk Olahan Kemasan Yang Tidak Mencantumkan Komposisi Bahan Kaitannya Dengan UU Perlindungan Konsumen Pasal 8 No. 8 Tahun 1999 (Studi Kasus di Pasar Sayung Kabupaten Demak)”. Rumusan masalah dalam penelitian ini: mengapa masih banyak beredar produk olahan kemasan yang tidak mencantumkan komposisi bahan di Pasar Sayung, dan bagaimana analisis

hukum Islam terhadap jual beli produk olahan kemasan tanpa komposisi bahan kaitannya dengan UU Perlindungan Konsumen Pasal 8 No. 8 Tahun 1999. Hasil penelitian ini yaitu *pertama*, masih kurangnya kesadaran konsumen dan juga pelaku usaha mengenai pentingnya pencantuman komposisi bahan pada suatu produk olahan kemasan serta lemahnya pengawasan dari lembaga perlindungan konsumen dalam mensosialisasikan UU Perlindungan Konsumen bagi produsen dan konsumen, hal ini yang menjadi penyebab banyaknya produk olahan kemasan tanpa komposisi bahan yang beredar di Pasar Sayung. *Kedua*, akad jual beli makanan tanpa komposisi bahan sebagai objek yang diperjual belikan belum jelas asal-usul bahan yang terkandung didalamnya sehingga dikhawatirkan mengancam kesehatan dan merugikan konsumen apabila dikonsumsi secara terus menerus.⁸

Kedua, Riska Rofiana, “Pencantuman Label Halal Tanpa Sertifikasi MUI Pada Produk Makanan Industri Rumah Tangga di Yogyakarta (Studi Perspektif Sosiologi Hukum Islam)”. Rumusan masalah dalam skripsi ini: bagaimana proses pencantuman label halal produk makanan oleh MUI pada industri rumah tangga, apa faktor yang melatarbelakangi pencantuman label halal tanpa sertifikasi MUI, dan bagaimana kesadaran hukum terhadap pelaku usaha tersebut. Hasil penelitian ini yaitu *pertama*, untuk proses pencantuman label halal produk makanan industri rumah tangga, sama dengan pencantuman label halal pada perusahaan-perusahaan lainnya. Yaitu pencantuman label halal harus

⁸ Eka Fasya Agustina, “Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Produk Olahan Kemasan Yang Tidak Mencantumkan Komposisi Bahan Kaitannya Dengan UU Perlindungan Konsumen Pasal 8 No. 8 Tahun 1999 (Studi Kasus di Pasar Sayung Kabupaten Demak)”, *Skripsi* (Semarang: UIN Walisongo, 2018), vii.

dengan izin BPOM, dengan syarat sebelum izin pencantuman label halal ke BPOM harus dilakukan sertifikasi halal terlebih dahulu ke LPPOM-MUI. *Kedua*, faktor-faktor pelaku usaha tidak melakukan sertifikasi halal adalah kesadaran hukum, administrasi, dan ekonomi. *Ketiga*, untuk meningkatkan kesadaran hukum terhadap pelaku usaha makanan yang harus dilakukan adalah untuk meningkatkan kesadaran hukum diperlukan adanya pembinaan atau penyuluhan-penyuluhan terkait peraturan pencantuman label halal dan sertifikasi halal kepada pelaku usaha. Agar pelaku usaha benar-benar mengerti dan mengetahui kegunaan atau manfaat dari peraturan hukum itu. Upaya tindakan, tindakan penyadaran hukum pada pelaku usaha dapat dilakukan dengan cara memperberat sanksi yang diberikan terhadap pelaku usaha yang melakukan pelanggaran.⁹

Ketiga, Mey Minanda, “Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Industri Rumah Tangga Tanpa Tanggal Kadaluwarsa Berdasarkan Hukum Islam dan Hukum Positif”. Rumusan masalah dalam skripsi ini: bagaimana perlindungan konsumen terhadap produk pangan industri rumah tangga tanpa tanggal kadaluwarsa berdasarkan hukum Islam, bagaimana perlindungan konsumen terhadap produk pangan industri rumah tangga tanpa tanggal kadaluwarsa berdasarkan hukum Positif, dan bagaimana peran hukum Islam menyempurnakan peraturan perlindungan konsumen dalam hukum Positif. Hasil penelitian ini yaitu *pertama*, tanggal kadaluwarsa pada produk

⁹ Riska Rofiana, “Pencantuman Lable Halal Tanpa Sertifikasi MUI Pada Produk Makanan Industri Rumah Tanggadi Yogyakarta (Studi Perspektif Sosiologi Hukum Islam),” *Skripsi* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017), ii.

pangan merupakan jaminan terhadap produk, sehingga pencantumannya bersifat wajib (*fard*) sebab menyangkut kepastian hukum. *Kedua*, tanggungjawab terhadap perlindungan hukum kepada konsumen yang utama adalah pelaku usaha, sebab pelaku usaha yang mengetahui kapan suatu produk pangan aman dan sehat untuk dikonsumsi. Sanksi yang diberikan oleh pelaku usaha industri rumah tangga pangan yang melanggar ketentuan perundang-undangan adalah dengan menerapkan sanksi administratif berupa pencabutan izin usaha dan menarik produk pangan yang beredar dimasyarakat. *Ketiga*, perlindungan konsumen dalam hukum Islam mengutamakan perlindungan jiwa terhadap konsumen dengan memperhatikan hak-hak setiap konsumen sebagai manusia. Berjalannya peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen di Indonesia sejalan dengan peraturan yang ditetapkan dalam peraturan hukum Islam.¹⁰

Keempat, Debora, “Tinjauan Hukum Atas Produk Pangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Yang Tidak Bersertifikasi Halal.” Dalam jurnal ini membahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen atas produk pangan UMKM yang tidak bersertifikat halal dan tanggung jawab Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) terhadap produk pangan UMKM yang tidak bersertifikat halal. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut, *pertama*, pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap konsumen yaitu memproduksi pangan halal dengan memiliki sertifikasi halal dalam memberikan kenyamanan,

¹⁰Mey Minanda, “Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Industri Rumah Tangga Tanpa Tanggal Kadaluwarsa Berdasarkan Hukum Islam dan Hukum Positif,” *Skripsi* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016), 90-92.

keamanan, keselamatan dan kepastian bagi konsumen berdasarkan UU No. 33 Tahun 2014. *Kedua*, tanggung jawab BPOM yaitu penarikan produk-produk yang beredar di pasaran, memberikan sanksi administratif dan sita tanpa ganti rugi dengan fungsi pengawasan.¹¹

Kelima, Stefanus Klinisi Hermanto, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Makanan Tanpa Tanggal Kadaluarsa.” Dalam jurnal ini membahas mengenai bagaimana pengaturan tanggal kadaluarsa berdasarkan PP No. 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan dan bagaimana tanggung jawab pelaku usaha toko oleh-oleh di kawasan Surabaya Timur terhadap makanan tanpa tanggal kadaluarsa. Hasil penelitian ini adalah pengaturan tanggal kadaluarsa belum memberikan hasil yang efektif karena masih terdapat pelaku usaha yang tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa pada label pangan. Tanggung jawab yang diberikan oleh pelaku usaha yaitu pelaku usaha bersedia memberi ganti rugi apabila ada konsumen yang dirugikan terkait hal tersebut.¹²

Dengan demikian pembahasan penulis dengan skripsi dan jurnal di atas jelas berbeda dari segi pembahasan yang lebih luas mengenai perilaku pelaku usaha dalam proses labelisasi yang tidak mencantumkan kode produksi, tanggal kadaluarsa, dan komposisi serta pencantuman label halal tanpa adanya sertifikasi halal MUI yang ditinjau dengan teori sosiologi hukum Islam. Selain itu dari segi tempat penganalisisan yang jelas berbeda dengan skripsi di atas

¹¹ Debora, “Tinjauan Hukum Atas Produk Pangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Yang Tidak Bersertifikasi Halal,” *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu Universitas Asahan Ke-4 Tahun 2020*, (2020), 652.

¹² Stefanus Klinisi Hermanto, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Makanan Tanpa Tanggal Kadaluarsa,” *Surya Kencana Satu*, 2 (2019), 176.

dimana penulis mengambil di UMKM yang ada di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo. Sehingga penelitian penulis adalah memfokuskan kajian penelitian Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Produk UMKM di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam menyusun skripsi ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian dilaksanakan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari pelaku usaha dan Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro.

Peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Erickson menyatakan bahwa penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari kegiatan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka.¹³ Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu, serta lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari.¹⁴

¹³ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 7.

¹⁴ Rukin, *Metodologo Penelitian Kualitatif* (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019), 6.

2. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, peneliti sebagai pengamat partisipan dimana peneliti menggali data secara langsung untuk mengamati perilaku pelaku usaha terhadap proses labelisasi, dengan cara wawancara terhadap pelaku usaha UMKM di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo.

3. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi yang digunakan oleh peneliti yaitu UMKM Ragil dan MM di Desa Sidoharjo Kecamatan Pulung, UMKM Cap Mawar, Suka Jaya Dan Garing di Desa Wotan Kecamatan Pulung, dan UMKM PR'IMA di Desa Pulung Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo. Peneliti memilih lokasi tersebut karena di lokasi ini banyak UMKM yang bergerak di bidang pangan terutama camilan yang berkembang pesat di daerah Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo dan belum memenuhi ketentuan labelisasi seperti yang disebutkan dalam peraturan perundang-undangan.

4. Data dan Sumber Data

a. Data

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian.¹⁵ Adapun data yang dibutuhkan dalam menyelesaikan masalah dalam penyusunan penelitian ini adalah praktik labelisasi produk dan faktor-faktor yang melatarbelakangi labelisasi produk olahan makanan pada UMKM di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo.

¹⁵ H.M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi* (Jakarta: Prenadamedia, 2013), 123.

b. Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini ada dua jenis, yaitu sebagai berikut:

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.¹⁶ Adapun sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari pelaku usaha UMKM di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo dan Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ponorogo.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.¹⁷ Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu buku-buku, jurnal dan artikel yang berkaitan dengan sosiologi hukum.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta (*participant observation*), wawancara mendalam (*in depth interview*) dan dokumentasi.¹⁸ Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018), 104.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid., 105.

a. Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan.¹⁹ Dalam penelitian ini peneliti mengamati secara langsung praktik labelisasi pada produk UMKM di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo.

b. Wawancara

Wawancara merupakan proses komunikasi antara peneliti dengan sumber data dalam rangka menggali data yang bersifat *word view* untuk mengungkapkan makna yang terkandung dari masalah-masalah yang teliti.²⁰ Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan sumber data yaitu para pelaku usaha UMKM di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo dan Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ponorogo.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.²¹

¹⁹ Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 104.

²⁰ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif* (Sleman: Deeppublish Publisher, 2018), 24.

²¹ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 77-78.

6. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Analisa data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan.²² Tujuan analisis data kualitatif adalah mencari makna dibalik data yang melalui pengakuan subyek pelakunya.²³

7. Pengecekan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.²⁴ Untuk menjamin keabsahan data, ada beberapa cara pengujian kredibilitas data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik validitas logis yang mana instrumen yang dirancang secara baik, mengikuti teori dan ketentuan yang ada pada proses labelisasi produk UMKM yang ada dalam sosiologi hukum.

8. Tahapan-tahapan Penelitian

Tahapan-tahapan penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif...*, 131.

²³ Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif...*, 238.

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif...*, 183.

a. Tahap pra lapangan

Pada tahap pra lapangan peneliti menyusun rancangan penelitian, memilih lapangan penelitian, mengurus perizinan, menjajaki dan menilai lapangan, dan menyiapkan perlengkapan penelitian.

b. Tahap pekerjaan lapangan

Pada tahap ini peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan yang berkaitan dengan fokus penelitian. Peneliti mengadakan observasi, melakukan wawancara dengan pihak yang bersangkutan dan mencari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

c. Tahap analisis data

Pada tahap ini peneliti menganalisis data-data yang telah diperoleh dan menyusun secara sistematis dan terorganisir agar relevan dengan rumusan masalah.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis membagi pembahasan ke dalam lima bab, yang masing-masing bab terdapat sub bab. Sistematika pembahasan dalam penulisan skripsi ini antara lain adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi mengenai penjelasan umum dan gambaran tentang isi skripsi diantaranya berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, manfaat penelitian, telaah pustaka, kajian teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : MAKNA, SIMBOLISME DAN LABELISASI PRODUK

Dalam bab ini menjelaskan tentang pengertian produk, klasifikasi produk, jenis produk, pengertian labelisasi, tujuan labelisasi, fungsi labelisasi, keuntungan menggunakan label yang efektif, keterangan pada label, pengertian sosiologi hukum Islam, prinsip-prinsip muamalah dan teori interaksionisme simbolik.

BAB III : PRAKTIK LABELISASI PRODUK UMKM DI KECAMATAN PULUNG KABUPATEN PONOROGO

Dalam bab ini menjelaskan tentang hasil temuan di lapangan yang terdiri dari data umum dan data khusus. Data umum meliputi gambaran umum lokasi penelitian di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo dan profil UMKM. Data khusus merupakan deskripsi praktik labelisasi produk UMKM dan faktor yang melatarbelakangi labelisasi produk.

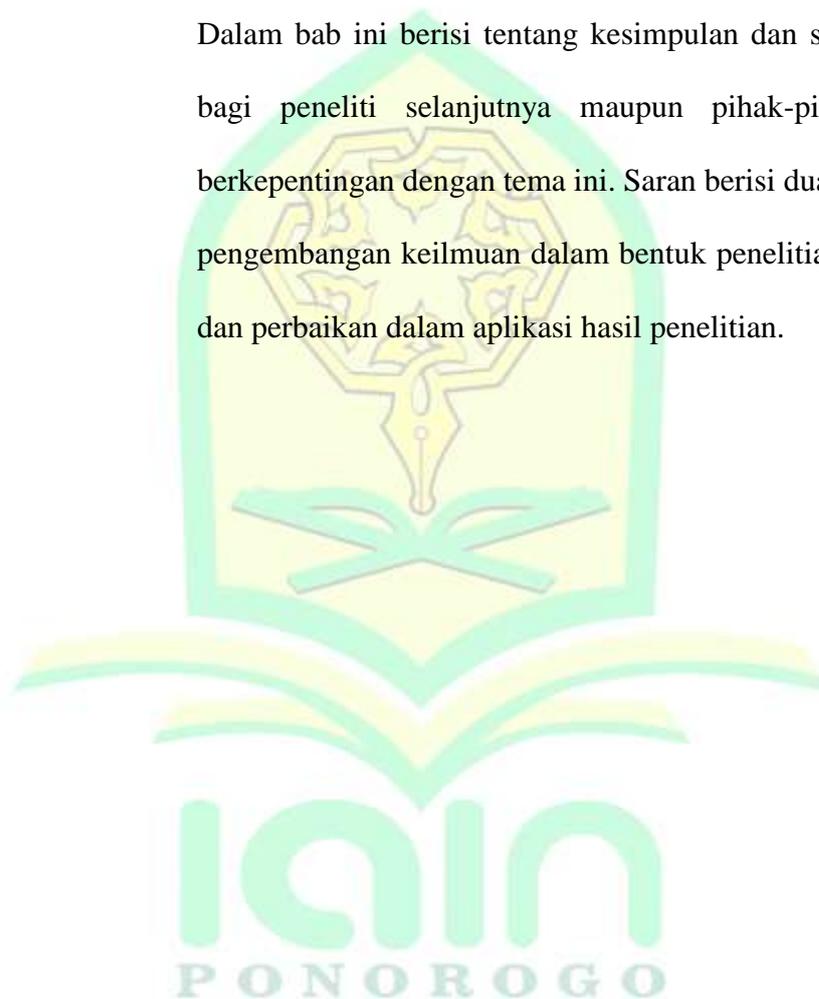
BAB IV : TINJAUAN SOSIOLOGI HUKUM ISLAM TERHADAP PRODUK UMKM DI KECAMATAN PULUNG KABUPATEN PONOROGO

Pada bab ini merupakan bab yang paling penting karena dalam bab ini berisi tentang analisis sosiologi hukum Islam terhadap praktik labelisasi produk UMKM di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo, dan analisis tinjauan

sosiologi hukum Islam terhadap faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi yang dilakukan oleh para pelaku usaha di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran-saran bagi peneliti selanjutnya maupun pihak-pihak yang berkepentingan dengan tema ini. Saran berisi dua hal, yaitu pengembangan keilmuan dalam bentuk penelitian lanjutan dan perbaikan dalam aplikasi hasil penelitian.



BAB II

MAKNA SIMBOLISME DAN LABELISASI PRODUK

A. Labelisasi Produk UMKM

1. Pengertian Produk

Kata produk berasal dari bahasa Inggris “*product*” yang berarti “sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya”. Bentuk kerja dari kata *product* adalah *produce*, yang merupakan kata serapan dari bahasa latin “*prōdūce(re)*” yang memiliki arti (untuk) memimpin atau membawa sesuatu untuk maju. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), produk berarti barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi menjadi hasil akhir dari proses produksi itu.¹ Produk adalah unsur yang sangat penting, karena produk mencakup seluruh perencanaan yang mendahului produksi nyata atau aktual, produk mencakup riset dan pengembangan, dan produk mencakup semua layanan yang menyertai produk seperti instalisasi dan pemeliharaan.²

Beberapa pengertian mengenai produk menurut beberapa tokoh adalah sebagai berikut:

- a. Menurut Kotler pengertian produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau

¹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2008, 1215.

² Jasa Suatma, “Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Padaskuter Matik Merek Honda Vario Di Kota Semarang,” *Jurnal STIE Semarang*, vol. 5, 2 (2013), 20.

kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, properti, tempat, informasi, organisasi dan ide.³

- b. Tjiptono mengemukakan pendapatnya bahwa, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, dibeli, digunakan, dan atau dikonsumsi konsumen atau produsen lain untuk digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan.⁴
- c. Fajar Laksana berpendapat bahwa produk merupakan segala sesuatu yang bersifat fisik ataupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.⁵

Berdasarkan beberapa pengertian mengenai produk di atas, dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar untuk memenuhi kebutuhan dan atau keinginan pembeli atau konsumen.

2. Klasifikasi Produk

Banyak klasifikasi suatu produk yang dikemukakan ahli pemasaran, diantaranya pendapat yang dikemukakan oleh Kotler. Menurut Kotler, produk di Klasifikasikan menjadi beberapa kelompok, yaitu:

- a. Berdasarkan wujudnya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama yaitu:

³ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, terj. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2009), 4.

⁴ Miguna Astuti, Nurhafifah Matondang, *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 2.

⁵ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 67.

- 1) Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba atau disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lainnya.
 - 2) Jasa merupakan aktivitas manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (dikonsumsi pihak lain). Kotler mendefinisikan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produk jasa dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk yang berbentuk fisik.
- b. Berdasarkan aspek daya tahannya, produk dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:⁶
- 1) Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Jenis barang ini umur ekonomisnya dalam pemakaian normal bisa bertahan kurang dari satu tahun. Contohnya sampo, minuman kaleng, pasta gigi, sabun dan sebagainya.
 - 2) Barang tahan lama (*durable goods*) merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal yaitu satu tahun lebih).

⁶ M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek* (t.tp: CV Penertbit Qiara Media, 2019), 6

Contohnya seperti perabotan, lemari es, pakaian, mesin cuci dan sebagainya.

c. Berdasarkan tujuan konsumsi dan untuk apa produk itu dikonsumsi, maka produk diklasifikasikan menjadi dua yaitu:

- 1) Barang konsumsi merupakan suatu produk yang langsung dapat dikonsumsi tanpa melalui pemrosesan lebih lanjut untuk memperoleh manfaat dari produk tersebut.
- 2) Barang industri merupakan suatu jenis produk yang masih memerlukan pemrosesan lebih lanjut untuk mendapatkan suatu manfaat tertentu. Hasil pemrosesan dari barang industri biasanya diperjual belikan kembali.⁷

3. Jenis Produk

Secara garis besar produk terbagi menjadi dua jenis yaitu produk konsumen dan produk industri. Produk konsumen adalah produk dan jasa yang dibeli oleh konsumen akhir untuk konsumsi pribadi. Produk konsumen terbagi menjadi empat yaitu sebagai berikut:

- a. Produk Konvenien (*convenience products*) adalah produk konsumen yang sering dibeli, dibeli mendadak, dan dengan sedikit perbandingan dan usaha pembelian. Contohnya detergen, permen, makanan ringan.
- b. Produk belanja (*shopping products*) adalah produk konsumen yang jarang dibeli. Pelanggan melakukan perbandingan dengan cermat sebelum

⁷ M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek* (t.tp: CV Penertbit Qiara Media, 2019), 6.

membeli dengan menimbang kriteria kesesuaiannya seperti harga, kualitas dan kesesuaian usaha untuk membelinya. Contohnya furnitur, pakaian, mobil.

- c. Produk khusus (*specialty products*) adalah produk konsumen dengan karakteristik unik atau merek yang sudah dikenal, yang mana sekelompok pembeli bersedia melakukan usaha pembelian khusus untuk produk tersebut. Contoh produk khusus adalah pakaian karya desainer terkenal, mobil merk tertentu, peralatan fotografi yang mahal.
- d. Produk yang tidak dicari (*unsought products*) adalah produk konsumen yang tidak diketahui oleh konsumen atau secara normal konsumen tidak berfikir untuk membelinya. Kebanyakan inovasi baru tidak dikenal sampai konsumen mengetahui produk tersebut melalui iklan. Contohnya asuransi jiwa.⁸

Sedangkan produk industri adalah produk yang dikonsumsi oleh industri lain (konsumen antara atau konsumen bisnis) untuk diproses lebih lanjut atau digunakan dalam melaksanakan bisnis, seperti:

- a. Untuk dimodifikasi, diproduksi menjadi barang yang bernilai lebih kemudian dijual kembali.
- b. Untuk dijual kembali tanpa adanya modifikasi (*reseller*).⁹

⁸ Christina Ariadne Sekar Sari, *Teknik Mengelola Produk dan Merek* (Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), 4.

⁹ Miguna Astuti, Nurhafifah Matondang, *Manajemen Pemasaran...*, 4.

4. Pengertian Labelisasi

Labelisasi adalah kata yang berasal dari bahasa Inggris “*label*” yang berarti “nama” atau memberi sedangkan dalam terminologi materi ini bagian dari sebuah barang yang berupa keterangan (kata-kata) tentang barang tersebut atau penjualannya. Menurut Sunyoto, menyatakan bahwa label adalah bagian dari sebuah yang berupa keterangan (kata-kata) tentang barang tersebut atau penjualannya.¹⁰ Label merupakan bagian bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Selain itu label merupakan bagian dari sebuah kemasan, atau merupakan etika lepas yang ditempelkan pada suatu produk.¹¹

Labelisasi dibutuhkan agar konsumen dapat membandingkan dengan produk lainnya yang bersaing. Dengan demikian, label harus mendeskripsikan dengan jelas setiap bahan asal yang terkandung dalam produk, termasuk bahan yang tersembunyi, seperti pengolahan, alat bantu pengolahan dan bahan-bahan pendukung lainnya.¹²

Secara resmi pemerintah telah mengatur proses labelisasi secara detail di dalam BPOM No. 31 Tahun 2018 tentang label pangan olahan. Menurut BPOM No. 31 Tahun 2018 tentang label pangan olahan, pada Pasal 1 Ayat (3) disebutkan bahwa label adalah setiap keterangan mengenai Pangan Olahan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk

¹⁰ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep Strategi Dan Kasus* (Yogyakarta : CAPS, 2012), 124.

¹¹ Agustina Sinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011), 85.

¹² Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2016) 115.

lain yang disertakan pada Pangan Olahan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian Kemasan Pangan.”¹³

Secara sederhana, labelisasi adalah pencantuman informasi makanan dan minuman yang dijual baik berupa gambar atau keterangan tulis agar mudah dimengerti oleh pembeli.¹⁴ Dari label yang dicantumkan pada kemasan pembeli bisa mendapatkan informasi yang benar mengenai identitas produk tersebut, seperti cara menyimpan, kandungan gizi, bahan yang digunakan dalam pembuatan produk, hingga cara mengonsumsinya.

5. Tujuan Labelisasi

Tujuan labelisasi adalah mencegah penipuan, serta untuk membantu konsumen memaksimalkan pilihan mereka terhadap produk untuk kemanfaatan atau kesejahteraan mereka. Agar konsumen bertindak sesuai dengan kepentingan terbaik mereka dan berdasarkan pilihan mereka. Dengan demikian, tujuan dari label adalah sebagai informasi untuk membantu konsumen mengidentifikasi produk makanan yang paling sesuai dengan pilihan mereka.¹⁵

6. Fungsi Labelisasi

Labelisasi memiliki dua fungsi yaitu fungsi identifikasi dan fungsi pemasaran dan legalitas. Fungsi identifikasi dapat diartikan bahwa informasi atau label yang disampaikan dalam kemasan memiliki kemampuan identifikasi secara jelas mengenai produk makanan dan minuman yang

¹³ PPOM No. 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan

¹⁴ Yuyun A., Delli Gunarsa, *Cerdas Mengemas Produk Makanan dan Minuman* (Jakarta: PT Agromedia Pustaka, 2011), 84.

¹⁵ Ibid.

dipasarkan. Untuk mencapai fungsi identifikasi ini, informasi pada label harus mencakup beberapa hal yaitu, komposisi, cara penggunaan produk, cara menagani produk, tanggal kadaluawarsa dan ukuran atau berat produk. Selain itu juga harus memuat beberapa identitas meliputi nama produsen, lokasi produksi, nomor registrasi, nama produk, dan merek produk.

Fungsi pemasaran dan legalitas, label suatu produk dapat menjadi sarana promosi dan pengenalan produk kepada masyarakat. Fungsi ini lebih mengarah kepada sifat persuasi kemasan untuk memengaruhi pembeli atau konsumen agar mau membeli produk kemasan tersebut. Secara legalitas, iklan yang dicantumkan dalam kemasan harus sesuai dengan peraturan perundang-undangan PP No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan, yakni label makanan harus memuat keterangan yang jelas dan benar, tidak menyesatkan, tidak bertentangan dengan norma hukum dan kesusilaan, tidak menjelekkan produk lain dan tidak menyatakan bahwa produk pangan sebagai obat.¹⁶

7. Keuntungan Menggunakan Label yang Efektif

Adapun keuntungan menggunakan label yang efektif adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan penjualan
- b. Mendorong promosi yang besar
- c. Perlindungan terhadap konsumen
- d. Perlindungan terhadap pesaing yang tidak baik

¹⁶Yuyun A., Delli Gunarsa, *Cerdas Mengemas Produk Makanan dan Minuman...*, 92.

- e. Sejalan dengan tujuan ekonomi.¹⁷

8. Keterangan pada Label

Menurut PPOM No. 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan, keterangan yang tercantum pada label sekurang-kurangnya memuat:

- a. Nama produk
- b. Daftar bahan yang digunakan
- c. Berat bersih atau isi bersih
- d. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia
- e. Halal bagi yang dipersyaratkan, yaitu setiap pelaku usaha yang memproduksi atau mengimpor pangan olahan yang dikemas eceran untuk dipasarkan di wilayah Indonesia wajib mencantumkan label halal setelah mendapatkan sertifikat halal.
- f. Tanggal dan kode produksi
- g. Keterangan kadaluwarsa
- h. Nomor izin edar
- i. Asal usul bahan pangan tertentu.¹⁸

B. Sosiologi Hukum Islam

1. Pengertian Sosiologi Hukum Islam

Studi Islam dengan pendekatan sosiologi merupakan bagian dari sosiologi agama. Dalam sosiologi agama terdapat tema pusat antara sosiologi

¹⁷ Mohammad Liwa Irrubai, "Strategi Labeling, Packing dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat" *Jurnal Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi*, vol xiii, (Mataram: IAIN Mataram, 2015), 18.

¹⁸ PPOM No. 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan.

agama klasik dan sosiologi agama modern. Sosiologi hukum agama klasik membahas mengenai hubungan timbal balik antara agama dan masyarakat, bagaimana agama mempengaruhi masyarakat dan sebaliknya bagaimana perkembangan masyarakat mempengaruhi pemikiran dan pemahaman keagamaan. Sedangkan dalam sosiologi hukum agama modern, tema pusatnya hanya pada satu arah saja yaitu bagaimana agama mempengaruhi masyarakat. Studi Islam dengan pendekatan sosiologi, dalam pandangan Atho' Mudzhar lebih mendekati kajian sosiologi agama klasik dibandingkan dengan sosiologi agama modern, dengan alasan bahwa studi Islam dalam perspektif sosiologis mempelajari hubungan timbal balik antara agama dan masyarakat.¹⁹

Sosiologi hukum Islam memadukan tiga istilah yang mulanya digunakan secara terpisah yaitu sosiologi, hukum dan Islam. Istilah sosiologi itu sendiri adalah terjemahan dari tiga frasa yang pada prinsipnya berbeda, yaitu *sociological jurisprudence*, *socio-legal studies*, dan *sociology of law*.

Sosiologi hukum Islam (*sociology of Islamic law*) adalah cabang ilmu yang mempelajari hukum Islam dalam konteks sosial, cabang ilmu yang secara analitis dan empiris mempelajari pengaruh timbal balik antara hukum Islam dengan gejala-gejala lainnya.²⁰

¹⁹ M. Rasyid Ridla, "Sosiologi Hukum Islam (Analisis Terhadap Pemikiran M. Atho' Mudzar)," *Jurnal Ahkam*, 2 (Desember 2012), 297.

²⁰ M. Taufan B, *Sosiologi Hukum Islam Kajian Empirik Komunitas Sempalan* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 11.

2. Prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah

Secara umum, prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah adalah sebagai berikut:

- a. Prinsip *Tauhīd*, Islam melandaskan kegiatan ekonomi sebagai suatu usaha untuk bekal ibadah kepada Allah SWT, sehingga tujuan usaha bukan semata-mata untuk mencari keuntungan atau kepuasan materi dan kepentingan pribadi saja melainkan mencari keridhaan Allah SWT, dan kepuasan spiritual serta sosial. Prinsip *tauhīd* dalam kegiatan usaha sangat penting sekali sebab prinsip ini mengajarkan kepada manusia agar hubungan kemanusiaan, sama pentingnya dengan hubungan dengan Allah SWT.
- b. Prinsip keadilan, keadilan adalah suatu prinsip yang sangat penting dalam mekanisme perekonomian Syariah. Bersikap adil dalam bidang ekonomi tidak hanya berpacu pada ayat-ayat Al-Qur'an dan Sunah Nabi melainkan juga berpacu pada pertimbangan hukum alam. Adil dalam ekonomi bisa diterapkan dalam penentuan harga, perlakuan terhadap pekerja, kualitas produk, dan dampak yang timbul dari berbagai kebijakan ekonomi yang dikeluarkan. Penegakan keadilan dalam rangka menghapus diskriminasi yang telah diatur dalam Al-Qur'an bahkan menjadi satu tujuan utama risalah kenabian yaitu untuk menegakkan keadilan.²¹

²¹ Muhamad Kholid, "Prinsip-Prinsip Hukum ekonomi Syariah Dalam Undang-Undang Tentang Perbankan Syariah," *Asy-Syari'ah*, Vol. 20 Nomor 2 (2018), 148.

- c. Prinsip *Al-Maṣlahah*, kemaslahatan merupakan tujuan pembentukan hukum Islam yaitu mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat dengan cara mengambil manfaat dan menolak kemadharatan. Kemaslahatan memiliki tiga sifat yaitu:
- 1) *Darūriyyat*, yaitu sesuatu yang harus ada demi tegaknya kebaikan di dunia dan di akhirat dan apabila tidak ada maka kebaikan akan sirna.
 - 2) *Hājiyyat*, merupakan sesuatu yang dibutuhkan masyarakat untuk menghilangkan kesulitan tetapi tidak adanya *hājiyyat* tidak menyebabkan kerusakan kehidupan.
 - 3) *Tahsīniyyat*, adalah menggunakan sesuatu yang layak dan dibenarkan oleh kebiasaan yang baik.
- d. Prinsip perwakilan (*khalīfah*). Manusia telah dibekali dengan semua karakteristik mental dan spiritual serta materi untuk memungkinkan hidup dan mengemban misinya secara efektif.
- e. Prinsip *amar ma'rūf nahiy munkar*, keharusan mempergunakan prinsip hukum Islam dalam kegiatan usaha yang direalisasikan dalam bentuk larangan dalam kegiatan usaha yang mengandung unsur *ribā*, *gharar*, *maysīr*, dan haram.
- f. Prinsip kejujuran dan kebenaran, prinsip ini tercermin dalam setiap transaksi harus tegas, jelas dan pasti baik barang maupun harga. Transaksi yang merugikan dilarang dan mengutamakan kepentingan sosial.²²

²² Muhamad Kholid, "Prinsip-Prinsip Hukum ekonomi Syariah Dalam Undang-Undang Tentang Perbankan Syariah," ..., 149.

- g. Prinsip pertanggung jawaban (*al-Mas'ūliyyah*), prinsip ini meliputi pertanggungjawaban antara individu dengan individu dan pertanggungjawaban dalam masyarakat. Manusia dalam masyarakat diwajibkan melaksanakan kewajibannya untuk terciptanya kesejahteraan anggota masyarakat secara keseluruhan.
- h. Prinsip kebaikan (*Ihsan*), prinsip ini memberitahukan bahwa dalam kegiatan ekonomi, setiap muslim diajarkan untuk senantiasa bermanfaat untuk orang banyak, baik seagama, sebangsa, senegara, maupun sesama manusia.
- i. Prinsip *Kifāyah*, prinsip ini berkaitan dengan kewajiban setiap muslim untuk peduli terhadap sesamanya. Tujuannya yaitu untuk menghilangkan kefakiran dan mencukupi kebutuhan pokok seluruh anggota masyarakat agar terhindar dari kekufuran.
- j. Prinsip keseimbangan (*wasatiyah/i'tidāl*), syariat Islam mengakui hak-hak pribadi dengan batas-batas tertentu. Hukum Islam menentukan keseimbangan kepentingan individu dan kepentingan masyarakat.²³

C. Teori Interaksionisme Simbolik

Konsep teori interaksionisme simbolik ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer sekitar tahun 1939. Dalam lingkup sosiologi, ide ini sebenarnya sudah terlebih dahulu dikemukakan oleh George Herbert Mead, tetapi kemudian dimodifikasi oleh Herbert Blumer untuk mencapai tujuan tertentu. George

²³ Muhamad Kholid, "Prinsip-Prinsip Hukum ekonomi Syariah Dalam Undang-Undang Tentang Perbankan Syariah,"..., 149.

Herbert Mead menjelaskan bahwa manusia termotivasi untuk bertindak berdasarkan makna yang mereka berikan kepada manusia lain, kejadian, dan benda atau barang. Pemaknaan ini diciptakan melalui bahasa yang digunakan oleh manusia dalam interaksi dengan pihak lain yaitu dalam konteks komunikasi antar pribadi dan komunikasi intrapersonal atau dalam ranah pemikiran pribadi mereka. Dikarenakan pemikiran Mead tidak pernah dapat dipublikasikan, Herbert Blumer kemudian mengumpulkan, menyunting, dan mempublikasikan pemikiran Mead ke dalam sebuah buku bertajuk *Mind, Self, and Society*, sekaligus memberikan nama dan mengenalkan istilah teori interaksionisme simbolik.²⁴

Karakteristik dasar teori ini adalah suatu hubungan yang terjadi secara alami antara manusia dalam masyarakat dan hubungan masyarakat dengan individu. Interaksi yang terjadi antar-individu berkembang melalui simbol-simbol yang mereka ciptakan. Realitas sosial adalah rangkaian peristiwa yang terjadi pada beberapa individu dalam masyarakat. Interaksi yang dilakukan antar-individu itu berlangsung secara sadar. Interaksi simbolik juga berhubungan dengan gerak tubuh, antara lain vokal atau suara, gerakan fisik, ekspresi tubuh, yang semuanya itu mempunyai maksud dan disebut dengan “simbol”.²⁵

Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (*mind*) mengenai diri sendiri (*self*), dan

²⁴ Aidil Haris, Asrinda Amalia, “Makna dan Simbol dalam Proses Interaksi Sosial (Sebuah Tinjauan Komunikasi),” *Jurnal Risalah*, Vol. 29, No. 1 (Pekanbaru: Universitas Muhammadiyah Riau, 2018), 18.

²⁵ I.B. Wirawan, *Teori-teori Sosial dalam Tiga Paradigma* (Jakarta: Kencana, 2012), 109.

hubungannya di tengah interaksi sosial, dan bertujuan akhir untuk menengahi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat (*society*) dimana individu tersebut menetap. Definisi singkat dari ketiga ide dasar dari interaksi simbolik antara lain sebagai berikut:²⁶

1. Pikiran (*mind*) merupakan kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, di mana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain.
2. Diri (*Self*) yaitu kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis merupakan salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (*the self*) dan dunia luarnya.
3. Masyarakat (*society*) merupakan jaringan hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya.

Menurut Herbert Blumer istilah interaksionisme simbolik menunjuk kepada sifat khas dari interaksi antar manusia. Kekhasannya adalah bahwa manusia saling menerjemahkan dan saling mendefinisikan tindakannya. Bukan hanya sekedar interaksi belaka dari tindakan seseorang terhadap orang lain.

²⁶ Nina Siti Salmaniah Siregar, "Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik," *Jurnal Ilmu Sosial Fakultas Isipol Uma*, vol. 4 (Oktober 2011), 104.

Tanggapan seseorang tidak dibuat secara langsung terhadap tindakan orang lain, tetapi didasarkan atas makna yang diberikan terhadap tindakan orang lain itu. Interaksi antar individu, diantarai oleh penggunaan simbol-simbol, interpretasi atau dengan saling berusaha untuk memahami maksud dari tindakan masing-masing. Dalam proses interaksi manusia antara stimulus yang diterima dan respon yang terjadi sesudahnya, diantarai oleh proses interpretasi. Jelas proses interpretasi ini adalah proses berfikir yang merupakan kemampuan yang khas yang dimiliki manusia.²⁷ Proses interpretasi yang menjadi penengah antara stimulus dan respon merupakan posisi terpenting dalam teori intersionisme simbolik.

Menurut pandangan teori interaksionisme simbolik, proses kehidupan bermasyarakat secara sederhana dapat digambarkan sebagai berikut. Individu atau unit-unit tindakan yang terdiri dari sekumpulan orang tertentu, saling menyesuaikan atau saling mencocokkan tindakan mereka satu sama lainnya melalui proses interpretasi. Dalam hal ini aktor yang berbentuk kelompok, maka tindakan kelompok itulah yang merupakan tindakan kolektif dari individu yang tergabung dalam kelompok itu. Bagi teori ini individual, interaksi dan interpretasi merupakan tiga terminologi pokok dalam memahami kehidupan sosial.²⁸

Kehidupan masyarakat terbentuk melalui proses interaksi dan komunikasi antar individual dan antar kelompok dengan menggunakan simbol-

²⁷ George Ritzer, *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, terj. Alimandan (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 52.

²⁸ *Ibid.*, 53.

simbol yang dipahami maknanya melalui proses belajar. Tindakan seseorang dalam proses interaksi itu bukan semata-mata merupakan suatu tanggapan yang bersifat langsung terhadap stimulus yang datang dari lingkungannya atau dari luar dirinya. Tetapi tindakan itu merupakan hasil dari proses interpretasi terhadap stimulus. Jadi merupakan hasil proses belajar, dalam arti memahami simbol-simbol, dan saling menyesuaikan makna dari simbol-simbol itu. Meskipun norma-norma, nilai-nilai sosial dan makna dari simbol-simbol itu memberikan pembatasan terhadap tindakannya, namun dengan kemampuan berfikir yang dimilikinya manusia mempunyai kebebasan untuk menemukan tindakan dan tujuan-tujuan yang hendak dicapainya.²⁹

Pada perspektif Blumer, teori interaksionisme simbolik mengandung beberapa ide dasar, yang meliputi:

1. Masyarakat terdiri dari manusia yang berinteraksi. Kegiatan tersebut saling bersesuaian melalui tindakan bersama, dan membentuk struktur sosial.
2. Interaksi terdiri dari berbagai macam kegiatan manusia yang berhubungan dengan kegiatan manusia lain. Interaksi simbolis mencakup penafsiran tindakan-tindakan, sedangkan interaksi nonsimbolis mencakup stimulus respon.
3. Objek-objek tidak memiliki makna yang terkandung didalamnya. Makna lebih mengarah pada produk interaksi simbolis. Objek tersebut dapat

²⁹ George Ritzer, *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda...*, 59.

diklasifikasikan ke dalam tiga kelompok yaitu objek sosial, objek fisik dan objek abstrak.

4. Manusia tidak hanya mengenal objek eksternal saja. Mereka juga melihat dirinya sendiri sebagai objek.
5. Tindakan manusia merupakan tindakan interpretasi yang diciptakan manusia itu sendiri.
6. Tindakan tersebut saling berkaitan dan disesuaikan oleh para anggota kelompok. Hal ini merupakan tindakan bersama. Sebagian besar tindakan bersama dilakukan berulang-ulang, namun dalam kondisi yang stabil. Kemudian di sisi lain juga menciptakan kebudayaan.

Kesimpulan Blumer berdasar pada tiga premis pokok, yaitu *pertama*, manusia bertindak berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu bagi mereka. *Kedua*, makna itu didapatkan dari hasil interaksi sosial yang dilakukan dengan orang lain. *Ketiga*, makna-makna tersebut kemudian disempurnakan pada saat proses interaksi sosial sedang berlangsung.³⁰

Menurut Turner ada empat asumsi dari teori interaksionisme simbolis, yaitu:

Pertama, manusia adalah makhluk yang mampu menciptakan simbol dan menggunakan simbol. Tindakan sosial dipahami suatu tindakan individu yang memiliki makna (*meaning*) atau arti subjektif bagi dirinya dan dikaitkan dengan orang lain. Dalam proses melakukan tindakan sosial terdapat proses

³⁰ Dadi Ahmadi, "Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar," *Mediator*, vol. 9 (Desember 2008), 310.

pemaknaan atau pemberian arti. Ketika tindakan sosial dilakukan oleh dua orang atau lebih maka pada saat itu dua orang atau lebih sedang menggunakan atau menciptakan simbol.³¹ Interaksi yang dilakukan oleh dua individu atau lebih dalam kehidupan bermasyarakat, penggunaan dan penciptaan simbol berkaitan dengan banyak aspek kehidupan seperti aspek spiritualitas, kekuasaan, ekonomi dan sebagainya.

Kedua, manusia menggunakan simbol untuk saling berkomunikasi. Manusia menciptakan simbol melalui pemberian nilai atau pemaknaan terhadap sesuatu (baik berupa suara, kata, gerak tubuh, benda, atau hal yang lainnya). Sesuatu yang telah diberikan makna atau nilai tersebut merupakan sebuah simbol. Melalui simbol tersebut manusia saling berkomunikasi. Contoh yang paling tegas dan jelas yaitu bahasa. Bahasa merupakan simbol utama yang diperlukan dalam berkomunikasi. Oleh karena itu, sulit dibayangkan seseorang dapat berkomunikasi jika tidak dapat menguasai satupun bahasa, paling tidak bahasa isyarat. Sebuah komunikasi akan berjalan lancar, apabila pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi menggunakan simbol yang dapat dipahami bersama. Biasanya bahasa yang dapat dipahami bersama adalah bahasa pengantar yang dapat dipakai dimana saja seperti bahasa nasional atau bahasa internasional.³²

Ketiga, manusia berkomunikasi melalui pengambilan peran (*role taking*). Pengambilan peran (*role taking*) adalah proses pengambilan peran

³¹ Damsar, Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009), 60.

³² *Ibid.*, 61.

yang mengacu pada bagaimana kita melihat situasi sosial dari sisi orang lain di mana dari dia kita akan memperoleh respon. Dalam proses pengambilan peran, seseorang menempatkan dirinya dalam kerangka berpikir orang lain. Pada proses pengambilan peran, seseorang mempertimbangkan atau mengantisipasi peran orang lain yang dianggap sesuai dengan kebutuhan atau sering muncul dalam hidupnya, dikenal dengan *significant other*. Seseorang mengontrol perilakunya sendiri menurut peran-peran umum yang bersifat operasional, yang didalamnya terdapat harapan-harapan dan standar-standar komunitas (masyarakat keseluruhan) berupa kebiasaan, pola normatif atau ideal yang abstrak, atau nilai-nilai universal, dikenal dengan *the generalized other*.³³

Keempat, masyarakat terbentuk, bertahan, dan berubah berdasarkan kemampuan manusia untuk berfikir, untuk mendefinisikan, untuk melakukan refleksi-diri dan melakukan evaluasi. Masyarakat dibentuk, dipertahankan dan diubah berdasarkan kemampuan manusia yang dikembangkan melalui interaksi sosial. Kemampuan manusia dalam berfikir, mendefinisikan, refleksi-diri dan evaluasi berkembang melalui interaksi sosial. Jadi, proses interaksi sosial adalah sangat penting dalam mengembangkan kemampuan manusia. Dengan kemampuan tersebut, melalui proses interaksi juga, manusia membentuk, mempertahankan dan merubah masyarakat.³⁴

³³ Damsar, Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi...*, 62.

³⁴ *Ibid.*, 63.

BAB III

PRAKTIK LABELISASI PRODUK UMKM DI KECAMATAN PULUNG KABUPATEN PONOROGO

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo

Kecamatan Pulung merupakan sebuah kecamatan yang berada di Kabupaten Ponorogo, Provinsi Jawa Timur. Kecamatan Pulung terletak di bagian timur Kabupaten Ponorogo, dan berjarak sekitar 20 kilometer dari ibukota Kabupaten Ponorogo. Batas wilayah Kecamatan Pulung di sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Jenangan, Kecamatan Ngebel, Kabupaten Madiun dan Kabupaten Nganjuk, di sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Pudak dan Kabupaten Nganjuk, di sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Sooko dan Kecamatan Sawoo, di sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Jenangan, Kecamatan Siman dan Kecamatan Mlarak. Luas wilayah Kecamatan Pulung seluas 127,55 km² yang terdiri atas 18 desa/kelurahan dan 464 RT (Rukun Tetangga).¹

Dari 18 desa/kelurahan, 7 desa diantaranya beberapa penduduknya berprofesi sebagai pelaku usaha mikro kecil menengah. Jumlah UMKM dengan usaha pengolahan bahan pangan, baik dengan produksi sendiri maupun pengemasan ulang dari 7 desa adalah 36 UMKM. Peneliti dalam penelitian ini menggali data dari 6 UMKM yang ada di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo. Adapun profil UMKM yang menjadi lokasi penelitian adalah sebagai berikut:

¹ BPS Kabupaten Ponorogo, *Kecamatan Pulung Dalam Angka 2020* (Ponorogo: BPS Kabupaten Ponorogo, 2020) 1-9.

1. UMKM Cap Mawar

Cap Mawar merupakan salah satu UMKM yang sudah berdiri sejak lama yaitu sejak 25 tahun yang lalu. UMKM ini beralamat di Dusun Krajan, Desa Wotan, Kecamatan Pulung. Jenis usaha yang dijalankan adalah produsen makanan ringan berupa aneka keripik dan makanan ringan lainnya. Adapun produk yang dihasilkan yaitu kripik talas, kripik ubi, kripik singkong, kripik tempe, kripik gadung, kripik pisang, kripik bayam, kripik pangsit, rempeyek, kacang goreng dan emping melinjo.²

Pada awal berdiri Bapak T selaku pelaku usaha mengungkapkan bahwa:

“Dulu pada awal berdiri masih sekitar dua jenis produk saja tidak seperti sekarang ada bermacam produk, kemasannya pun juga tidak seperti sekarang ini dulu menggunakan plastik yang lebih tipis dari yang sekarang. Semakin kesini-sini ditambahkan label produk, itu sekitar tahun 2005 dengan nomor izin DepKes dan label berbentuk kertas yang dimasukkan dalam kemasan. Kemudian sekitar tahun 2016 ada swalayan yang menyarankan untuk mengganti label dengan stiker agar lebih menarik. Saya pikir juga lebih bagus menggunakan stiker, kalau menggunakan kertas warna kertas kan bisa berubah karena terkena minyak.”³

Dari pemaparan tersebut pelaku usaha menjelaskan mengenai perkembangan kemasan produk dari awal berdirinya usaha hingga sekarang. Saat ini usaha yang dijalankan sudah mendapatkan nomor izin edar PIRT untuk setiap produk yang dihasilkan.

² Obsevasi, 30 Maret 2021, Pukul 10.00 WIB

³ Topa, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 3 April 2021.

2. UMKM Ragil

UMKM Ragil berdiri pada tahun 2017 yang beralamat di Dusun Krajan, Desa Sidoharjo, Kecamatan Pulung. Jenis usaha yang dijalankan adalah produsen makanan ringan berupa keripik ketela. Usaha ini berawal dari pelatihan yang diadakan oleh Kelompok Tani Wanita Desa Sidoarjo. Tetapi pelaku usaha sempat mengalami kegagalan dalam mempratikkan hasil pelatihan tersebut. Sehingga pelaku usaha melakukan percobaan sendiri dan menemukan hasilnya yaitu hanya jenis ketela tertentu yang daapt diolah menjadi keripik ketela rasa gadung.

Ibu L mengungkapkan bahwa proses produksi dilaksanakan pada musim kemarau karena pada saat itu ketersediaan bahan baku melimpah dan cuaca yang mendukung. Karena pada proses produksi ada proses pengeringan yang memanfaatkan panas matahari. Jadi ketika musim penghujan pelaku usaha tinggal menggorengnya saja.⁴ Sampai saat ini produk yang dihasilkan adalah keripik ketela rasa gadung.

3. UMKM Suka Jaya

Merek dagang Suka Jaya merupakan UMKM yang sudah berdiri sejak tahun 2004, jenis usaha yang dijalankan adalah pengemasan ulang berbagai jenis makanan ringan. Pada awalnya beliau melakukan produksi yaitu produksi keripik pisang, keripik kentang, keripik ketela, keripik talas, macaroni dan kacang goreng.

⁴ Lilik, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 4 April 2021.

Setelah lima tahun kemudian palaku usaha beralih pada pengemasan ulang makanan ringan. Berikut adalah penjelasan Ibu S mengenai alasan tidak melakukan produksi lagi:

“Awalnya saya produksi keripik pisang, keripik ketela, keripik talas, kacang goreng dan macaroni, terus waktu kentang masih murah saya juga bikin keripik kentang juga. Tapi kemudian kentang mulai mahal jadi saya berhenti buat keripik kentang. Pada saat produksi itu sangat membutuhkan banyak tenaga dan waktu, mulai jam 5 pagi sudah bernagkat ke pasar untuk membeli pisang, nanti sampai rumah sekitar jam 10 pagi. Kemudian langsung mengupas pisang dan menggorengnya sampai selesai, biasanya selesai jam 9 atau 10 malam. Saya melakukan produksi ini selama kurang lebih lima tahun. Kemudian pada suatu saat saya disarankan oleh salah satu kerabat untuk mengemas ulang jajanan saja, dari pada melakukan produksi yang membutuhkan banyak tenaga tetapi hasilnya tidak seberapa. Kemudian saya membeli makanan yang sudah jadi dan saya kemas lagi.”⁵

Produk yang dikemas ulang oleh Ibu S adalah marning jagung, kedelai goreng, kacang kapri, kacang goreng dan cendol keju. Lokasi usaha ini berada di Dusun Jalakan, Desa Wotan, Kecamatan Pulung. Produk dipasarkan di toko-toko yang ada di Kecamatan Pulung dan beberapa toko di kecamatan lain.

4. UMKM MM

Usaha yang dijalankan oleh Bapak I, berdiri pada awal tahun 2021 dengan merek dagang MM. Jenis usaha yang dijalankan yaitu produsen makanan ringan. Usaha yang dijalankan masih tergolong baru yaitu sekitar tiga bulan lalu. Pada bulan pertama pelaku usaha masih pada tahap uji

⁵ Sutimi, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 3 April 2021.

coba, kemudian bulan kedua sudah mulai memasarkan produknya. Pelaku usaha menjelaskan pemasaran produknya sebagai berikut:

“Untuk pemasarannya ada yang *online* dan *offline*. Kalau yang *online* itu saya sudah pernah kirim ke Hongkong, yang banyak itu ke Madiun kayaknya disana dijual kembali. Untuk yang *offline* itu saya nitipnya di warung-warung, kalau yang swalayan itu masih swalayan Surya saja. Karena produksi masih terbatas jadi yang *offline* belum saya perluas.”

Produk yang dihasilkan oleh UMKM MM adalah keripik pelepah pisang dan beberapa olahan pelepah pisang seperti pelepah pisang crispy, sambel goreng, dan oseng pelepah pisang.⁶ Usaha ini bertempat di Dusun Krajan, Desa Sidoharjo, Kecamatan Pulung.

5. UMKM Garing

Usaha dengan merek dagang Garing, sudah berdiri sekitar tahun 1997. Lokasi usaha ini berada di Dusun Jalakan, Desa Wotan, Kecamatan Pulung. Jenis usaha yang dijalankan oleh bapak M yaitu produsen makanan ringan. Produk yang dihasilkan adalah kacang goreng yang dikemas dalam berbagai ukuran. Kemasan bagi dalam 3 harga yaitu kemasan kecil dengan harga Rp. 500, kemasan sedang dengan harga Rp. 5000, dan kemasan besar dengan harga Rp. 10.000. Bapak M menjelaskan pemasaran produknya yaitu sebagai berikut:

“Pemasarannya selama ini di Pasar Pulung saja. Terus untuk pembawaannya kemana saya tidak tahu, kadang juga dibawa ke luar negeri juga tapi saya kan tidak tahu. Saya kan punya stan di Pasar Pulung, itu kemudian biasanya para pedagang itu mengambil di situ. Kalo ada pesanan kadang juga ambil di rumah. Tapi saya memang tidak kirim kemana-mana hanya di Pasar Pulung itu saja.”⁷

⁶ Ifam, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 3 April 2021.

⁷ Meseno, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 4 April 2021.

6. UMKM PR'IMA

UMKM PR'IMA berdiri sekitar 16 tahun lalu yaitu pada tahun 2004. Jenis usaha yang dijalankan oleh Ibu P yaitu produsen makanan ringan. Produk yang dihasilkan adalah rempeyek dan keripik tempe. Pada awalnya kemasan produk belum memiliki merek, setelah beberapa tahun kemudian Ibu P menggunakan merek dagang PR'IMA. Pelaku usaha memberikan label pada produknya karena banyaknya pesaing yang bermunculan.

Usaha ini berlokasi di Dusun Sekandang, Desa Pulung, Kabupaten Ponorogo. Pelaku usaha mengungkapkan bahwa hasil produksi dipasarkan di pasar pulung dan beberapa toko.

“Pemasaran produknya kalau dulu ke Pasar Sombro juga, tetapi kalau sekarang karena tenaganya udah nggak seperti dulu saya jualannya di pasar Pulung saja dan saya titipkan di warung-warung sekitar rumah. Ada juga yang ke Madiun tapi tidak pakai merek saya, itu yang produksi saya tetapi kalau mereknya saya itu belum punya izin jadi tidak bisa kirim kesana. Tapi saat pandemi ini yang ke Madiun itu sudah berhenti tidak kirim lagi ke sana.”⁸

B. Praktik Labelisasi Produk UMKM di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo

Labelisasi produk merupakan suatu hal yang biasa dilakukan oleh pelaku usaha UMKM. Hampir setiap produk memiliki label produk yang berbeda-beda. Label produk ini sangat membantu pelaku usaha dalam pemasaran produknya. Setiap pelaku usaha memiliki kriteria masing-masing dalam proses labelisasi. Informasi-informasi yang dimuat dalam label produk berbeda-beda tiap pelaku

⁸ Prima, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 5 April 2021.

usaha. Berikut adalah praktik labelisasi pada produk UMKM di Kecamatan Pulung:

1. Praktik Labelisasi di UMKM Cap Mawar

Pada merek Cap Mawar label yang digunakan berupa stiker yang ditempel pada kemasan. Label ditempelkan pada saat produk akan didistribusikan ke toko-toko. Bapak T mengungkapkan bahwa: “Untuk pemberian stiker jangan sampai ada minyak dikemasan luar biar stiker menempel dengan sempurna. Kalo memberi label itu jangan pakai kertas yang dimasukkan kedalam kemasan karena nanti terkena minyak dan berubah warnanya, saya dulu begitu tetapi diberi masukan oleh salah satu swalayan untuk mengganti pakai stiker.”⁹

Ketentuan yang termuat pada label produk adalah nama jenis produk, nama dagang atau merek, komposisi, tanggal kadaluwarsa, nomor PIRT, dan alamat pelaku usaha. Selain itu dicantumkan juga kolom mengenai berat bersih dan kode produksi, tetapi pada kedua kolom tersebut tidak dituliskan informasi produk.¹⁰ Pelaku usaha tidak mencantumkan kode produksi karena beranggapan bahwa: “Ya, karena kode produksi itu yang tahu hanya kita sendiri jadi tanggalnya kapan kita produksi itu ya kita sendiri yang tahu, tetapi masalah kode produksi itu tidak begitu dipermasalahkan yang perlu dipermasalahkan adalah kode expired.”

⁹ Topa, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 31 Maret 2021.

¹⁰ Observasi, Tanggal 30 Maret 2021, Pukul 10.00 WIB.

Dalam menentukan tanggal kadaluwarsa dan komposisi bahan yang digunakan, Bapak T selaku pelaku usaha memberikan penjelasan bahwa:

“Kalau saya menghitungnya empat bulan dari waktu pengiriman. Misalnya keripik yang sudah dikemas dan belum dikasih label akan dikirim besok, tanggal kadaluwarsanya dihitung empat bulan kemudian mulai besok. Tapi nggak sampai empat bulan biasanya sudah saya tarik dari pasaran, biasanya dua bulan sudah saya tarik, sebenarnya kalau dimakan masih layak tetapi kalo dipajang sudah tidak layak. Kalau komposisi yang ditulis seadanya yaitu yang pokok-pokok saja.”¹¹

Dari pemaparan pelaku usaha tersebut, praktik labelisasi di UMKM Cap Mawar sudah mencantumkan informasi-informasi pada label produk baik yaitu nama produk, komposisi, tanggal kadaluwarsa, nomor izin edar, dan alamat produsen. Akan tetapi pelaku usaha belum mencantumkan kode produksi dan menghitung tanggal kadaluarsa dengan jujur yaitu dari tanggal produksi. Informasi yang belum dicantumkan adalah label halal dan berat bersih.

2. Praktik Labelisasi di UMKM Ragil

Label pada merek Ragil menggunakan stiker dan menggunakan kemasan plastik *standing pouch*. Pada label produk memuat keterangan mengenai nama dagang, nama jenis produk, komposisi, nomor PIRT, alamat produsen dan nomor telepon.¹²

Mengenai tidak dicantumkan informasi tentang tanggal kadaluwarsa, Ibu L menjelaskan bahwa:

“Untuk tanggal kadaluarsa memang belum saya cantumkan karena produknya cepat habis dan selalu baru terus jadi sudah dijamin tidak

¹¹ Topa, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 31 Maret 2021.

¹² Observasi, Tanggal 30 Maret 2021, Pukul 10.00 WIB.

ada rasa yang aneh. Sebenarnya saya pernah uji coba menyimpannya selama 1 bulan dan rasanya juga tidak berubah. Sebenarnya kalau dikasih tanggal kadaluarsa 2 minggu kan masih bagus tetapi 1 minggu saja produknya sudah habis jadi saya belum mencantumkan tanggal kadaluarsa.”¹³

Informasi lain yang belum tercantum pada label adalah kode produksi. Ibu L selaku pelaku usaha menyatakan bahwa: “Saya kan melakukan produksi pada saat kemarau saja jadi tidak saya cantumkan kode produksinya. Nanti pada musim hujan seperti saat ini tinggal menggoreng saja untuk dipasarkan.”¹⁴

Dari penjelasan di atas praktik labelisasi pada merek dagang Ragil sudah mencantumkan informasi pada label dengan baik yaitu nama produk, komposisi, nomor izin edar dan alamat produsen. Tetapi belum mencantumkan kode produksi, berat bersih, label halal dan tanggal kadaluarsa.

3. Praktik Labelisasi di UMKM Suka Jaya

Pada kemasan produk merek Suka Jaya label yang digunakan berupa kertas yang dimasukkan ke dalam kemasan produk. Dalam kertas tersebut termuat beberapa informasi yaitu mengenai nama jenis produk, nama dagang, nomor PIRT, alamat dan nomor telepon.¹⁵

Pada kertas yang dimasukkan pada kemasan produk tidak dibungkus dengan plastik. Hal ini menyebabkan kertas label berubah warna karena terkena minyak yang ada dalam makanan. Ibu S mengatakan bahwa:

¹³ Lilik, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 4 April 2021.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Observasi, Tanggal 30 Maret 2021, Pukul 10.00 WIB.

“Ketika saya memperbarui izin PIRT ini dinas menyarankan untuk memberikan plastik pada kertas label tapi saya bilang kalau diberi plastik untungnya nggak sepadan, jadi tidak saya memberi plastik pada label.”¹⁶

Pada label produk juga belum dicantumkan tanggal kadaluwarsa. Ibu S berpendapat bahwa: “Kalau tokonya tidak minta tanggal kadaluwarsa saya tidak memberikan. Sampai saat ini yang meminta ada tanggal kadaluwarsa itu toko Berkah Jaya saja. Untuk yang lainnya *alhamdulillah* tidak minta tanggal kadaluwarsa.”¹⁷

Pada 5 (lima) jenis produk yang dikemas pelaku usaha mencantumkan nomor PIRT yang sama. Nomor PIRT tersebut sebenarnya untuk jenis produk kacang goreng saja. Pelaku usaha memaparkan bahwa: “Saya juga menggunakan nomor PIRT yang sama untuk beberapa produk yang berbeda dan dari dinas mengatakan bahwa selagi dari toko boleh, dinas tidak mempermasalahkannya.”

Ibu S berani melakukan hal ini karena Disperdagkum memberikan kelonggaran untuk menggunakan satu nomor PIRT untuk beberapa jenis produk pangan, selama tidak ada komplain dari toko atau swalayan.¹⁸ Berdasar penjelasan tersebut pada merek dagang Suka Jaya, praktik labelisasi dilakukan dengan mencantumkan nama produk, nomor izin edar dan alamat. Informasi yang belum dicantumkan pada label adalah label halal, kode produksi, tanggal kadaluwarsa, berat bersih, dan komposisi.

¹⁶ Sutimi, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 3 April 2021.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid.

Yang menjadi perhatian pada praktik labelisasi di Suka Jaya adalah penggunaan nomor PIRT yang sama pada produk yang berbeda.

4. Praktik Labelisasi di UMKM MM

Praktik labelisasi pada nama dagang MM menggunakan stiker dengan kemasan produk menggunakan kemasan plastik *standing pouch*. Pada label produk termuat informasi mengenai nama jenis produk, nama dagang dan alamat produksi.¹⁹

Pelaku usaha belum mencantumkan informasi lain tentang produk, dan memberikan penjelasan bahwa:

“Kalau untuk komposisi memang dirahasiakan, karena resepnya rahasia kalau dicantumkan nanti bisa saja teman-teman membuat sendiri-sendiri karena bahan yang digunakan juga melimpah hanya saja mereka kurang tahu cara mengolahnya. Untuk tanggal kadaluarsa memang belum belum dicantumkan karena saya juga belum mengurus izin. Nanti kalau ada penyuluhan dan disarankan untuk dicantumkan dan berapa bulan bertahannya kemungkinan nanti akan saya cantumkan.”²⁰

Mengenai tanggal kadaluawarsa pelaku usaha belum mencantumkan karena pelaku usaha belum mengetahui masa layak konsumsi pada produknya. Pelaku usaha juga belum mencantumkan informasi tentang berat bersih, Bapak I menjelaskan bahwa: “Karena berat keripiknya tidak menentu, sehingga kalau berpedoman pada berat bersih nanti ada kemasan produk yang terlihat lebih sedikit atau lebih banyak. Takutnya nanti konsumen berfikir bahwa isi produk tidak konsisten.”²¹

¹⁹ Observasi, 30 Maret 2021, Pukul 10.00 WIB.

²⁰ Ifam, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 3 April 2021.

²¹ Ibid.

Berdasar pada penjelasan di atas, pada UMKM MM praktik labelisasi dilaksanakan dengan mencantumkan nama produk dan alamat produsen. Pelaku usaha belum mencantumkan informasi mengenai komposisi, tanggal kadaluwarsa, kode produksi, berat bersih, label halal, dan nomor izin edar.

5. Praktik Labelisasi di UMKM Garing

Pada UMKM Garing, label produk yang digunakan berupa kertas yang dimasukkan dalam kemasan produk. Dalam label ini memuat informasi mengenai, nama jenis produk, nama dagang, logo produk dan alamat produsen.²²

Menurut Bapak M, informasi mengenai tanggal kadaluwarsa tidak dicantumkan, hal ini di paparkan sebagai berikut:

“Tidak, tidak pernah saya beri tanggal kadaluarsa. Ibaratnya tiga hari saja sudah habis. Biasanya gini aja kalau kelamaan ya dikembalikan tapi sampai sekarang *alhamdulillah* nggak ada yang dikembalikan. Kalaupun ada yang dikembalikan itu biasanya bukan karena sudah lama atau kadaluarsa tapi karena kemasan rusak seperti digigit tikus begitu. Itukan kadaluwarsanya jarang kalau nggak menggunakan bahan kimia, paling hanya sudah tidak renyah lagi ataupun berubah rasanya.”²³

Selain itu bapak M juga mengungkapkan pendapatnya mengenai nomor izin edar bahwa: “Sebenarnya kalau lebih baiknya mencari izin PIRT. Dulu ketika usaha saya masih berjaya itu saya mau mengurus tetapi saya tunda-tunda dan akhirnya tidak jadi mengurusnya karena usaha yang saya jalankan semakin menurun jumlahnya.”²⁴

²² Observasi, 30 Maret 2021, Pukul 10.00 WIB.

²³ Meseno, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 4 April 2021.

²⁴ Ibid.

Dalam pembuatan label produk pelaku usaha juga tidak mencontoh label pelaku usaha lain. Pelaku usaha dalam melaksanakan labelisasi tidak mencantumkan keterangan lain seperti berat bersih, komposisi, kode produksi, tanggal kadaluwarsa, label halal, dan nomor izin edar.

6. Praktik Labelisasi di UMKM PR'IMA

Labelisasi pada produk keripik tempe PR'IMA menggunakan kertas sebagai bentuk label. Pada kertas label tersebut dibungkus plastik supaya label produk tidak terkena noda minyak. Dalam label memuat informasi mengenai nama jenis produk, nama dagang, nomor telepon dan label halal.²⁵

Label halal yang dicantumkan oleh pelaku usaha tidak memiliki sertifikasi halal dari LPPOM-MUI. Pelaku usaha menjelaskan bahwa: “Menurut saya kalau tempe itukan sudah pasti halal, produksinya juga tidak ada tambahan apa-apa bahanya hanya kedelai saja. Jadi saya kasih sendiri itu label halalnya.”²⁶

Karena produk yang dihasilkan adalah keripik tempe, pelaku usaha juga tidak mencantumkan komposisi. Ibu P selaku pelaku usaha mengungkapkan bahwa:

“Karena sebenarnya semua sudah tahu jadi saya tidak cantumkan, terus kalau ada yang tahu itu malah membuka usaha sendiri jadi saya ya agak malas kalau seperti itu. Jadinya malah menambah persaingan usaha. Untuk tanggal kadaluwarsa kalau yang biasa saya jual di pasar itu tidak saya kasih karena produknya cepat habis bukan

²⁵ Observasi, 30 Maret 2021, Pukul 10.00 WIB.

²⁶ Prima, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 5 April 2021.

untuk jangka panjang dan biasanya langsung dikonsumsi. Untuk yang dititip ke warung-warung tidak saya kasih, karena biasanya satu minggu sudah habis.”²⁷

Dalam informasi mengenai nomor izin edar, pelaku usaha memberikan penjelasan sebagai berikut: “Pemasaran ada juga yang ke Madiun tapi tidak pakai merek saya, itu yang produksi saya tetapi kalau mereknya saya itu belum punya izin jadi tidak bisa kirim kesana. Tapi saat pandemi ini yang ke Madiun itu sudah berhenti tidak kirim lagi ke sana.”²⁸

Dari penjelasan tersebut pelaku usaha dalam memasarkan produknya menggunakan merek dagang dan nomor izin edar orang lain karena pelaku usaha belum mempunyai nomor izin edar sendiri. Praktik labelisasi pada UMKM PR'IMA dilaksanakan dengan mencantumkan informasi tentang nama produk, nomor telepon dan label halal tetapi tidak memiliki sertifikasi halal dari MUI. Informasi yang tidak dicantumkan pada label adalah komposisi, kode produksi, tanggal kadaluwarsa, alamat dan nomor izin edar.

C. Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Labelisasi pada Produk UMKM di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo

Setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia selalu memiliki motif-motif tersendiri. Dalam melakukan setiap tindakan manusia memiliki motif yang mempengaruhinya, baik motif dari dalam diri manusia itu sendiri maupun dari manusia lain. Faktor-faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi produk

²⁷ Prima, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 5 April 2021.

²⁸ Ibid.

UMKM yang dilakukan oleh para pelaku usaha di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo diuraikan sebagai berikut:

1. Faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi di UMKM Cap Mawar

Pelaku usaha tidak mencantumkan informasi dengan lengkap dan jujur. Bapak T selaku pelaku usaha memberikan pernyataannya mengenai alasan tidak menghitung tanggal kadaluwarsa dari tanggal produksi adalah sebagai berikut: “Karena untuk menyamakan tanggal pengiriman sehingga mudah untuk mengetahui tanggal pengiriman produk ketika kita akan menarik produk dari toko. Selain itu jarak antara waktu produksi dan pengiriman juga tidak lama, sekitar 1-2 hari saja. Jadi tidak apa-apa jika dihitung dari tanggal kirim.”²⁹

Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha melakukannya untuk mempermudah pemantauan kondisi produk yang beredar di pasaran. Sedangkan untuk berat bersih dan label halal pelaku usaha memberikan alasannya sebagai berikut:

“Karena masih belum ada sertifikasi dari MUI, sebenarnya kemarin sudah mengurusnya tetapi dari pihak Dinas belum ada informasi lebih lanjut. Untuk berat bersih sebenarnya dikasih, tetapi karena ada dua kemasan produk yang ukurannya berbeda dan label yang digunakan sama, jadi tidak saya kasih daripada berat yang tertulis pada label dan kenyataannya tidak sama.”

Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa pelaku usaha tidak mencantumkan label halal karena masih dalam proses pengajuan

²⁹ Topa, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 31 Maret 2021.

sertifikasi. Sedangkan alasan pelaku usaha tidak mencantumkan berat bersih karena pelaku usaha berusaha bertindak jujur.

2. Faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi di UMKM Ragil

Pada praktik labelisasi yang dilakukan di UMKM Ragil, pelaku usaha memaparkan alasannya sebagai berikut:

“Sebenarnya pada stiker dikasih label halal juga tetapi itu tidak harus, sebenarnya penting juga tetapi yang lebih penting itu berat bersih. Tetapi berhubung usaha masih belum begitu berjalan dan masih kecil jadi belum dicantumkan. Untuk tanggal kadaluarsa memang belum saya cantumkan karena produknya cepat habis dan selalu baru terus jadi sudah dijamin tidak ada rasa yang aneh. Untuk kode produksi saya kan melakukan produksi pada saat kemarin saja jadi tidak saya cantumkan kode produksinya.”³⁰

Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha dalam melakukan praktik labelisasi beranggapan bahwa label halal tidak wajib dicantumkan pada usaha mikro. Tanggal produksi tidak dicantumkan karena proses produksi dilakukan pada salah satu musim saja. Sedangkan tanggal kadaluarsa belum dicantumkan karena produk cepat laku di pasaran.

3. Faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi di UMKM Suka Jaya

Pada praktik labelisasi produk di UMKM Suka Jaya, pelaku usaha memberikan penjelasan mengenai alasan tidak mencantumkan beberapa informasi yang harus dimuat dalam label. Hal ini disampaikan sebagai berikut:

“Kalau tokonya tidak minta tanggal kadaluarsa saya tidak memberikan. Sampai saat ini yang meminta ada tanggal kadaluarsa itu toko Berkah Jaya saja. Ketika saya memperbarui izin PIRT ini

³⁰ Lilik, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 4 April 2021

dinas menyarankan untuk memberikan plastik pada kertas label tapi saya bilang kalau diberi plastik untungnya nggak sepadan, jadi tidak saya memberi plastik pada label. Saya juga menggunakan nomor PIRT yang sama untuk beberapa produk yang berbeda dan dari dinas mengatakan bahwa selagi dari toko boleh, dinas tidak mempermasalahkannya”³¹

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor yang melatarbelakangi pelaku usaha dalam melaksanakan labelisasi adalah permintaan dari toko atau swalayan dan masukkan serta sikap toleransi dari Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro yang biasa disebut dengan Dinas Perdagkum.

4. Faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi di UMKM MM

Pada UMKM MM, Bapak I selaku pelaku usaha menjelaskan alasannya dalam melakukan labelisasi yaitu sebagai berikut:

“Saya fikir setelah memberikan stiker pada kemasan, produk menjadi lebih menarik minat konsumen untntuk membeli. Manfaat yang saya peroleh setelah memberikan stiker sangat besar ya, dulu ketika belum ada stikernya itu penjualan tidak begitu lancar. Kalau di warung itu saya titip 5 bungkus itu seminggu itu belum tentu habis. Kemudian setelah saya kasih stiker *alhamdulillah* penjuln mulai lancar. Jadi stiker ini sangat membantu untuk promosi produk.”

Pelaku melakukan labelisasi sebagai salah satu upaya untuk mempromosikan produknya. Mengenai informasi yang tidak dicantumkan pada label produk Bapak I menjelaskan bahwa:

“Kalau untuk komposisi memang dirahasiakan, karena resepnya rahasia kalau dicantumkan nanti bisa saja teman-teman membuat sendiri-sendiri karena bahan yang digunakan juga melimpah hanya saja mereka kuarang tahu cara mengolahnya. Untuk tanggal kadaluarsa memang belum belum dicantumkan karena saya juga belum mengurus izin. Nanti kalau ada penyuluhan dan disarankan

³¹ Sutimi, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 3 April 2021.

untuk dicantumkan dan berapa bulan bertahannya kemungkinan nanti akan saya cantumkan. Karena berat keripiknya tidak menentu, sehingga kalau berpedoman pada berat bersih nanti ada kemasan produk yang terlihat lebih sedikit atau lebih banyak. Takutnya nanti konsumen berfikir bahwa isi produk tidak konsisten.”³²

Dari penjelasan tersebut praktik labelisasi dilatarbelakangi oleh resep yang masih dirahasiakan, pelaku usaha belum mengurus izin sehingga belum tahu masa layak simpan produknya, dan bentuk produk yang tidak pasti sehingga tidak dicantumkan berat bersih.

5. Faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi di UMKM Garing

Praktik labelisasi pada UMKM Garing yang belum mencantumkan nomor izin edar dijelaskan oleh Bapak M sebagai berikut:

“Inikan kelasnya jajan pasar obrok biasa belum dipasarkan ke supermarket, jadi saya juga belum mengurusnya. Kalo dari yang saya baca itu selagi produk rumah tangga yang penting bahan-bahan yang dipakai itu hanya satu jenis dan tidak memakai bahan kimia atau bahan tambahan lainnya jadi itu nggak perlu. Kalau di produknya ada tambahan kayak air, bumbu-bumbu itu harus pakek, kalau saya kan cuma satu jenis dan alami jadi nggak perlu.”³³

Dari penjelasan pelaku usaha tersebut faktor yang melatarbelakangi tidak dicantulkannya nomor izin edar adalah pemikiran pelaku usaha yang menganggap nomor izin edar diperlukan untuk olahan pangan dengan tambahan bahan pangan tertentu saja. Sedangkan untuk informasi lain yang belum dicantumkan Bapak M, menjelaskan bahwa: “Nggak, nggak pernah saya beri tanggal kadaluarsa. Ibaratnya tiga hari saja sudah

³² Ifam, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 3 April 2021.

³³ Meseno, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 4 April 2021.

habis. Biasanya gini aja kalau kelamaan ya dikembalikan tapi sampai sekarang nggak ada yang dikembalikan.”³⁴

Bapak M tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa pada label produk karena produk cepat laku di pasaran dan produk dianggap cukup tahan lama. Pelaku usaha dalam melakukan labelisasi juga tidak memcontoh pelaku usaha lain.

6. Faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi di UMKM PR'IMA

Praktik labelisasi pada UMKM PR'IMA dilatarbelakangi oleh banyaknya produk pesaing yang bermunculan. Hal ini diungkapkan oleh Ibu P sebagai berikut: “Karena banyaknya produk yang sama jadi banyak saingannya, kalau tidak ada namanya itukan orang tidak tahu ini produknya siapa gitu, kalo sekarang setelah ada merek, orang menjadi tahu kalo produk itu punya saya. *Alhamdulillah* setelah saya beri merek itu ada banyak permintaan terutama saat-saat mendekati lebaran.”³⁵

Untuk nomor izin edar yang belum mencantumkan, dijelaskan oleh pelaku usaha sebagai berikut: “Kalau izin usaha dari desa sudah ada, tetapi kalau izin PIRT belum ada. Saya tidak mengurusnya ke Ponorogo. Ribet soalnya kalau mau mengurus izin PIRT itu, banyak persyaratannya jadi saya tidak mengurusnya.”³⁶

³⁴ Meseno, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 4 April 2021.

³⁵ Prima, *Hasil Wawancara*, Ponorogo 5 April 2021.

³⁶ Ibid.

Dari pemaparan tersebut pelaku usaha tidak mencantumkan nomor izin edar karena pelaku usaha tidak mau repot untuk mengurus perizinan.

Untuk keterangan lain pelaku usaha mengungkapkan bahwa:

“Kalau yang dikirim ke Madiun itu dikasih tanggal kadaluwarsa, tapi kalau yang biasa saya jual di pasar itu tidak saya kasih karena produknya cepat habis bukan untuk jangka panjang dan biasanya langsung dikonsumsi. Untuk komposisi karena sebenarnya semua sudah tahu jadi saya tidak cantumkan, terus kalau ada yang tahu itu malah membuka usaha sendiri jadi saya ya agak malas kalau seperti itu. Jadinya malah menambah persaingan usaha. Menurut saya kalau tempe itu sudah pasti halal, produksinya juga tidak ada tambahan apa-apa bahannya hanya kedelai saja. Jadi saya kasih sendiri itu label halalnya. Kalau mau izin itu prosesnya sulit dan lama, tidak cukup sekali mengurus jadi ribetkan.”

Dari kutipan di atas faktor yang melatarbelakangi pelaku usaha tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa pada label adalah produk yang cepat laku di pasaran. Komposisi tidak dicantumkan karena pelaku usaha menganggap sudah banyak yang tahu jadi tidak perlu dicantumkan dan pelaku usaha khawatir akan memunculkan pesaing baru. Dalam pencantuman label halal, pelaku usaha tidak mengurus sertifikasi halal karena prosesnya dinilai terlalu berbelit.

Penjelasan di atas merupakan data faktor-faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi pada setiap UMKM. Faktor yang melatarbelakangi labelisasi produk tidak hanya dari pelaku usaha saja, melainkan juga dari pihak lain. Pihak lain ini merupakan Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Mikro atau biasa disebut dengan Dinas Perdagkum. Dinas Perdagkum dalam sebuah interaksi sosial dengan pelaku usaha berperan sebagai pemberi stimulus. Dalam interaksi ini

muncul beberapa faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi yang dilakukan oleh para pelaku usaha. Faktor-faktor tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Sikap toleransi yang diberikan oleh Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Mikro

Sikap toleransi yang berikan ini, diungkapkan oleh Dinas Perdagkum sebagai berikut:

“Untuk ketentuan yang dicantumkan itu sesuai dengan Peraturan BPOM No. 31 tahun 2018 tentang label pangan olahan. Dilihat dari peraturan BPOM ketentuan yang harus dicantumkan adalah nama produk, komposisi, berat bersih, namadan alamat produsen, label halal, kode produksi, tanggal kadaluwarsa, nomor izin edar, dan asal-usul bahan pangan tertentu. Ketentuan-ketentuan tersebut harus dimuat pada label produk, akan tetapi disesuaikan dengan kemampuan pelaku usaha. Bentuknya disederhanakan sesuai dengan kemampuan pelaku usaha.”³⁷

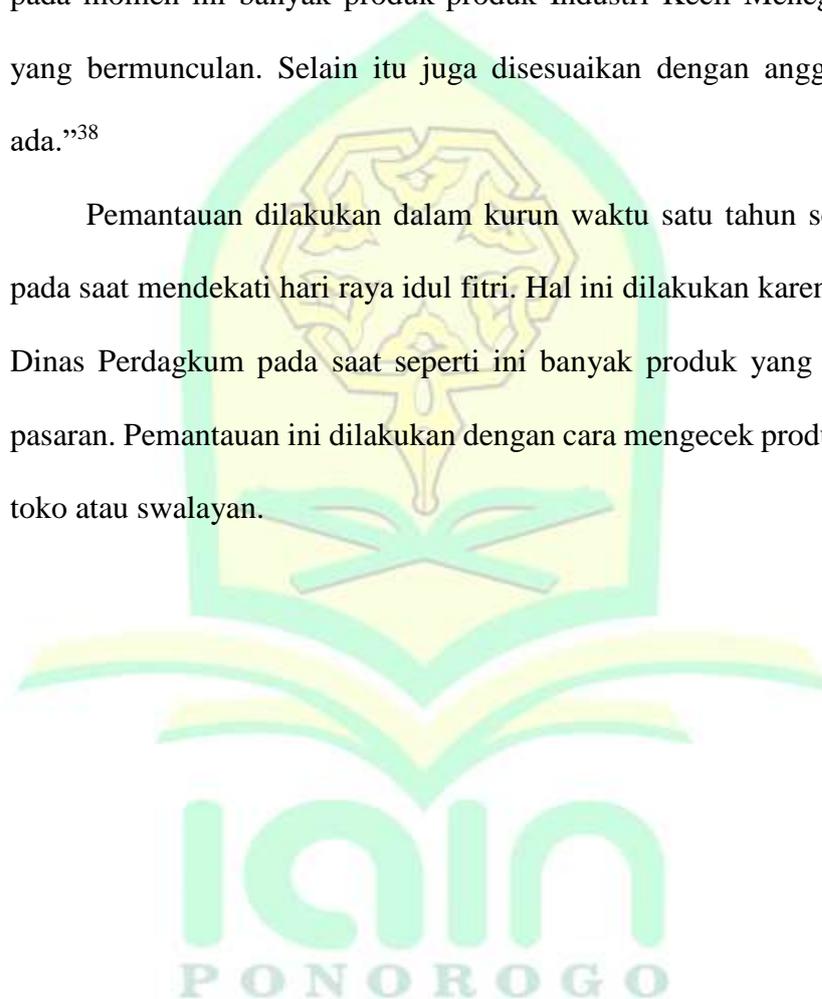
Dari pemaparan di atas dapat dilihat bahwa adanya sikap toleransi yang diberikan oleh Dinas Perdagkum kepada pelaku usaha. Selain itu Dinas Perdagkum juga memberikan alasan bahwa tidak bisa menghentikan produksi karena alasan sosial. Hal ini dipaparkan oleh Dinas Perdagkum pada saat wawancara sebagai berikut: “Kami hanya bisa menyarankan untuk melengkapi keterangan pada label. Sebenarnya mereka melanggar aturan yang ada, tetapi karena alasan sosial kita juga tidak bisa menghentikan produksi tersebut. Karena mata pencarian mereka dari hasil produksi tersebut.”

³⁷ Amin Jumeiriani, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 31 Maret 2021.

2. Kurangnya pemantauan pada produk yang beredar

Pemantauan produk yang beredar di pasaran dilakukan oleh Dinas Perdagkum dalam kurun waktu tertentu. Dinas Perdagkum menjelaskan bahwa: “Ada, biasanya satu tahun sekali setiap mendekati lebaran. Karena pada momen ini banyak produk-produk Industri Kecil Menengah (IKM) yang bermunculan. Selain itu juga disesuaikan dengan anggaran yang ada.”³⁸

Pemantauan dilakukan dalam kurun waktu satu tahun sekali yaitu pada saat mendekati hari raya idul fitri. Hal ini dilakukan karena menurut Dinas Perdagkum pada saat seperti ini banyak produk yang muncul di pasaran. Pemantauan ini dilakukan dengan cara mengecek produk di toko-toko atau swalayan.



³⁸ Amin Jumeiriani, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 31 Maret 2021.

BAB IV

ANALISIS SOSIOLOGI HUKUM ISLAM TERHADAP PRODUK UMKM DI KECAMATAN PULUNG KABUPATEN PONOROGO

A. Analisis Sosiologi Hukum Islam Terhadap Praktik Labelisasi pada Produk UMKM di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo

Labelisasi produk merupakan suatu hal yang biasa dilakukan oleh pelaku usaha UMKM. Hampir setiap produk memiliki label produk yang berbeda-beda. Label produk ini sangat membantu pelaku usaha dalam pemasaran produknya. Setiap pelaku usaha memiliki kriteria masing-masing dalam proses labelisasi. Informasi-informasi yang dimuat dalam label produk berbeda-beda tiap pelaku usaha.

Perilaku pelaku usaha dalam melaksanakan praktik labelisasi tidak terlepas dari ide-ide dasar dalam proses penerjemahan suatu interaksi sosial. Tiga ide dasar dari interaksi simbolik yang disampaikan oleh Mead yang digunakan sebagai landasan teori analisa sosiologi hukum Islam terhadap praktik labelisasi adalah sebagai berikut:

1. Pikiran (*mind*) merupakan kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, di mana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain. Setiap individu memiliki pemikiran yang berbeda-beda dalam menerjemahkan simbol yang sama dalam sebuah interaksi sosial. Dalam hal ini pelaku usaha memiliki pemikiran yang berbeda-beda dalam menerjemahkan Peraturan BPOM No. 31 Tahun 2018 tentang label

pangan olahan yang disampaikan oleh Dinas Perdagkum. Perbedaan pemikiran setiap individu ini menyebabkan praktik labelisasi yang berbeda setiap pelaku usaha.

2. Diri (*Self*) yaitu kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain. Setiap individu melakukan suatu tindakan berdasarkan pencerminan terhadap pendapat atau saran orang lain. Dalam konsep diri ini pelaku mempraktikkan labelisasi berdasarkan pada pencerminan saran-saran dari pihak lain seperti Dinas Perdagkum dan toko-toko. Seperti yang disampaikan oleh Bapak T bahwa ia melakukan labelisasi atas saran dari pihak toko, dan Ibu L yang melakukan labelisasi atas saran yang diterima dari Kelompok Tani Wanita yang ada di Desa Sidoharjo.
3. Masyarakat (*society*) merupakan jaringan hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu yang terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya. Dalam sebuah kelompok masyarakat setiap individu memposisikan dirinya untuk berperan di dalam masyarakat. Pelaku usaha dalam masyarakat berperan sebagai pihak yang menyediakan atau menawarkan produk untuk digunakan oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan masyarakat.

Menurut peneliti dari penjabaran analisa tersebut terkait praktik labelisasi yang dilakukan oleh para pelaku usaha secara keseluruhan sudah

sesuai dengan tiga ide dasar teori interksionisme simbolik yang dikemukakan oleh Herbert Mead. Walaupun pada praktiknya labelisasi yang dilakukan sangat beragam setiap pelaku usaha dan tidak sesuai dengan PPOM No. 31 Tahun 2018 tentang label pangan olahan akan tetapi dalam teori interaksionisme simbolik sudah sesuai. Hal ini dikarenakan setiap tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha diterjemahkan dari pikiran manusia (*mind*) mengenai diri sendiri (*self*) dan dilakukan di tengah masyarakat (*society*) dimana individu menetap.

B. Analisis Sosiologi Hukum Islam Terhadap Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Praktik Labelisasi yang Dilakukan Oleh Para Pelaku Usaha di Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo

Penulis dalam penelitian ini akan memaparkan proses interpretasi pelaku usaha dan Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro (Disperdagkum) dalam memaknai regulasi tentang labelisasi pada produk UMKM. Proses interpretasi merupakan pemaknaan atau penerjemahan sebuah simbol untuk disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan diri manusia yang kemudian dicerminkan dalam sebuah tindakan. Proses penerjemahan dalam interaksi antara pelaku usaha dan Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro (Disperdagkum) dalam penyampaian regulasi, penulis paparkan sebagai berikut:

1. Makna Labelisasi Terhadap Aturan

Label yang baik menurut Peraturan BPOM No. 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan, yaitu setiap label diwajibkan tidak mudah luntur

atau rusak dan tidak lepas dari kemasan produk. Setiap informasi yang dituliskan dalam label wajib mencantumkan informasi yang memang benar adanya sehingga tidak menyesatkan konsumen maupun pihak lain. Ada beberapa informasi yang harus ditempatkan pada bagian label yang mudah untuk dilihat dan dibaca seperti nama produk, berat bersih, label halal, tanggal kadaluwarsa dan nomor izin edar.

Suatu keterangan pada label yang berbentuk tulisan diwajibkan untuk dimuat secara jelas, teratur, proporsional dan mudah dibaca. Hal ini berguna untuk memudahkan konsumen dalam memahami informasi tentang produk yang disampaikan melalui label produk.

Menurut Kepala Seksi Industri Hasil Pertanian dan Kehutanan Disperdagkum, semua keterangan yang tertera dalam undang-undang harus dicantumkan pada label produk. Pencantuman ini bisa dilakukan dengan bentuk paling sederhana sesuai kemampuan produsen. Minimal dalam setiap label produk memuat informasi mengenai nomor izin edar, nama produk dan label halal. Untuk pencantuman label halal harus memiliki sertifikasi halal dari LPPOM MUI. Mengingat modal yang dimiliki pelaku usaha terbatas, Disperdagkum memberikan toleransi kepada pelaku usaha untuk tidak mencantumkan label halal tersebut.¹

Dalam penyusunan bahan yang digunakan dalam komposisi, pelaku usaha dapat mencantumkan bahan-bahan pokok yang digunakan. Untuk

¹ Amin Jumeiriani, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 31 Maret 2021.

pencanyuman bahan yang mendetail harus dilakukan uji klinis. Uji klinis ini biasa dilakukan pada industri pabrikan.

Disperdagkum memaknai peraturan tersebut merupakan sesuatu yang harus dilakukan, tetapi disesuaikan dengan keadaan dan kebutuhan pelaku usaha. Jika ada pelanggaran terhadap peraturan tersebut dan dinilai tidak fatal, Disperdagkum memberikan toleransi dan meyarankan untuk menaati peraturan. Disperdagkum tidak bisa menghentikan produksi karena alasan sosial.

2. Makna Labelisasi bagi Pelaku Usaha

Labelisasi produk digunakan pelaku usaha sebagai salah satu media untuk mempromosikan produk mereka. Labelisasi dilakukan oleh pelaku usaha sebagai pemberian identitas mengenai produknya. Dengan adanya labelisasi pelaku usaha dapat memasarkan produknya pada pasar yang lebih luas dan setiap produk yang diproduksi memiliki ciri khas tersendiri.

Setiap pelaku usaha mempunyai kriteria tersendiri untuk melakukan labelisasi. Sebagian pelaku usaha melakukan labelisasi sebagai upaya untuk menembus pasar dengan taraf yang lebih tinggi, seperti swalayan atau *minimarket*. Dalam hal ini pelaku usaha mau tidak mau harus memenuhi persyaratan labelisasi yang diberikan oleh pihak swalayan. Selain itu pelaku usaha melakukan labelisasi sebagai bentuk pemberian identitas pada produknya untuk lebih dikenal oleh masyarakat. Dalam pemberian label ini pelaku usaha bertujuan memberikan ciri khas pada produknya untuk diingat oleh masyarakat.

Pelaku usaha memaknai bahwa setiap label produk setidaknya memuat keterangan mengenai nama jenis produk dan nama merek dagang. Rata-rata pelaku usaha yang sudah memiliki nomor izin edar mencantumkan keterangan pada label lebih banyak dari pada pelaku usaha yang belum memiliki nomor izin edar. Pelaku usaha yang sudah memiliki nomor izin edar mencantumkan 5 (lima) sampai 8 (delapan) informasi produk pada label. Sedangkan pelaku usaha yang belum memiliki nomor izin edar rata-rata mencantumkan 3 (tiga) sampai 4 (empat) informasi produk pada label. Hal ini terjadi karena pelaku usaha beranggapan bahwa produk yang mereka produksi merupakan produk yang dipasarkan di warung-warung dan pasar tradisional. Sehingga pelaku usaha berpendapat bahwa label yang mereka buat sudah memenuhi kriteria pasar.

Dari proses pemaknaan yang dilakukan oleh pelaku usaha dan Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Mikro tersebut muncullah faktor-faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi pada setiap UMKM. Adapun faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha beranggapan bahwa label yang sesuai dengan peraturan adalah label untuk usaha yang sudah besar bukan usaha mikro seperti mereka.
2. Proses mendapatkan nomor izin yang dinilai pelaku usaha, berbelit dan memakan waktu lama. Sehingga pelaku usaha menurungkan niat untuk mengurusnya.

3. Pelaku usaha beranggapan bahwa produk yang dihasilkan merupakan produk yang memiliki mutu terjamin sehingga aman dikonsumsi oleh konsumen meskipun tidak ada informasi yang lengkap pada label produk.
4. Sikap toleransi yang diberikan oleh Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Mikro kepada pelaku usaha. Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Mikro memberikan toleransi kepada pelaku usaha untuk mencantumkan beberapa informasi saja.
5. Kurangnya pemantauan pada produk yang beredar, sehingga pelaku usaha memasarkan produknya sesuai dengan pemaknaannya terhadap labelisasi produk

Teori Interaksionisme simbolik merujuk kepada sifat khas manusia dalam tindakan atau interaksinya dengan manusia lain. Dalam interaksi tersebut bukan hanya reaksi dari tindakan seseorang terhadap orang lain dalam interaksi tersebut, melainkan manusia saling menerjemahkan, mengartikan dan memaknai tindakan tersebut. Manusia sebagai aktor yang sadar dan reflektif, menyatukan objek yang diketahuinya melalui proses komunikasi yang sedang berjalan dimana individu mengetahui sesuatu, menilainya, memberi makna dan memberi tindakan dalam konteks sosial.² Konsep teori interaksionisme simbolik ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer sekitar tahun 1939. Dalam lingkup sosiologi, ide ini sebenarnya sudah terlebih dahulu dikemukakan oleh George Herbert Mead, tetapi kemudian dimodifikasi oleh Herbert Blumer

² Dadi Ahmadi, "Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar," *Mediator*, vol. 9 (Desember 2008), 310.

untuk mencapai tujuan tertentu. Dikarenakan pemikiran Mead tidak pernah dapat dipublikasikan, Herbert Blumer kemudian mengumpulkan, menyunting, dan mempublikasikan pemikiran Mead ke dalam sebuah buku bertajuk *Mind, Self, and Society*, sekaligus memberikan nama dan mengenalkan istilah teori interaksionisme simbolik.³

Ada tiga sub yang menjadi landasan penulis untuk menulis hasil penelitian dilapangan dengan bertumpu pada perspektif Blumer mengenai teori interaksionisme simbolik mengandung beberapa ide dasar, yang disimpulkan pada tiga premis utama yaitu:

1. Manusia bertindak berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu bagi mereka. Pelaku usaha melakukan praktik labelisasi berdasarkan penerjemahan simbol-simbol yang diterima dengan pertimbangan pemikiran dan anggapan pelaku usaha terhadap labelisasi.
2. Makna didapatkan dari hasil interaksi sosial yang dilakukan dengan orang lain. Dalam hal ini pelaku usaha menerjemahkan bahwa labelisasi dapat dilakukan dengan menyesuaikan kemampuan pelaku usaha, yang dapat dilihat dari faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi yaitu sikap Dinas Perdagkum yang memberikan toleransi terhadap praktik labelisasi.
3. Makna-makna tersebut kemudian disempurnakan pada saat proses interaksi sosial sedang berlangsung. Pada saat interaksi berlangsung

³ Aidil Haris, Asrinda Amalia, "Makna dan Simbol dalam Proses Interaksi Sosial (Sebuah Tinjauan Komunikasi)," *Jurnal Risalah*, Vol. 29, No. 1 (Pekanbaru: Universitas Muhammadiyah Riau, 2018), 18.

pelaku usaha dan Dinas Perdagkum saling menerjemahkan dan bernegosiasi untuk labelisasi produk yang dilakukan.

Dalam penerapan prinsip hukum ekonomi syariah, pelaku usaha dalam menjalankan praktik labelisasi produk juga harus memperhatikan prinsip kejujuran dan kemaslahatan. Kegiatan produksi dalam perspektif Islam sebagai usaha manusia untuk memperbaiki tidak hanya kondisi fisik materialnya saja, melainkan juga moralitas, sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat. Dalam ajaran agama Islam tujuan produksi dikaitkan dengan kemaslahatan.⁴

Prinsip kejujuran dan kebenaran dicerminkan dalam setiap kegiatan transaksi yang harus tegas, jelas dan pasti baik barang maupun harga. Dalam praktik labelisasi pelaku usaha seharusnya memberikan informasi yang jujur mengenai kondisi produk. Seperti pemberian tanggal produksi yang sebenarnya dan penghitungan tanggal kadaluwarsa dari proses produksi, namun pada praktiknya pelaku usaha belum melakukan hal tersebut. Dalam penerapan prinsip kejujuran ini beberapa pelaku usaha sudah mencantumkan komposisi produk sesuai dengan apa yang pelaku usaha gunakan dalam proses produksi.

Dari beberapa penjabaran analisis di atas terkait dengan faktor yang melatarbelakangi pelaku usaha melakukan labelisasi secara keseluruhan sudah sesuai dengan tiga premis dasar teori interaksionisme simbolik yang

⁴ Nur Dinah Fauziah, Muawanah, Sundari, *Etika Bisnis Syariah* (Batu: Literasi Nusantara, 2019), 58.

dikemukakan oleh Blumer. Dimana pelaku usaha dan Dinas Perdagkum bertindak berdasarkan pemaknaan atau penerjemahan yang disesuaikan dengan kemampuan pelaku usaha. Sedangkan dalam penerapan prinsip ekonomi syariah, tindakan pelaku usaha tidak sesuai dengan penerapan prinsip kejujuran dan kebenaran, beberapa pelaku usaha tidak jujur dalam memberikan informasi pada label.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

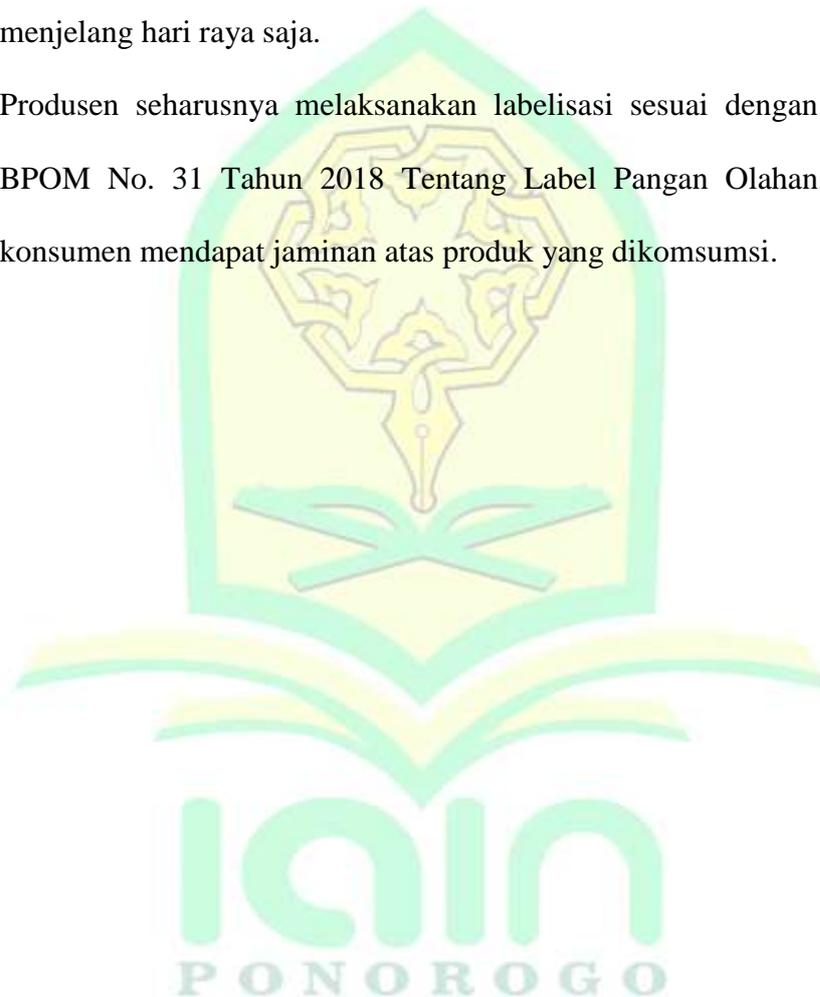
Berdasar pada pokok permasalahan yang telah dirumuskan pada bab pertama serta uraian pada bab-bab selanjutnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik labelisasi yang dilakukan oleh para pelaku usaha secara keseluruhan sudah sesuai dengan tiga ide dasar teori interaksionisme simbolik yang dikemukakan oleh Herbert Mead. Hal ini dikarenakan setiap tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha diterjemahkan dari pikiran manusia (*mind*) mengenai diri sendiri (*self*) dan dilakukan di tengah masyarakat (*society*) dimana individu menetap.
2. Faktor-faktor yang melatarbelakangi pelaku usaha melakukan labelisasi secara keseluruhan sudah sesuai dengan tiga premis dasar teori interaksionisme simbolik yang dikemukakan oleh Blumer yang merupakan tokoh yang mengumpulkan, menyunting, dan mempublikasikan pemikiran Mead ke dalam sebuah buku bertajuk *Mind, Self, and Society*, sekaligus memberikan nama dan mengenalkan istilah teori interaksionisme simbolik. Dimana pelaku usaha dan Dinas Perdagangan bertindak berdasarkan pemaknaan atau penerjemahan yang disesuaikan dengan kemampuan pelaku usaha. Sedangkan dalam penerapan prinsip ekonomi syariah, tindakan pelaku usaha tidak sesuai

dengan penerapan prinsip kejujuran dan kebenaran, beberapa pelaku usaha tidak jujur dalam memberikan informasi pada label.

B. Saran

1. Dinas Perdagangan Koperasi dan Usaha Mikro hendaknya melakukan sosialisasi lebih intensif. Pemeriksaan seharusnya tidak hanya dilakukan menjelang hari raya saja.
2. Produsen seharusnya melaksanakan labelisasi sesuai dengan Peraturan BPOM No. 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan, sehingga konsumen mendapat jaminan atas produk yang dikonsumsi.



DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku:

- A., Yuyun. Gunarsa, Delli. *Cerdas Mengemas Produk Makanan dan Minuman*. Jakarta: PT Agromedia Pustaka, 2011.
- Anang Firmansyah, M. *Pemasaran Produk dan Merek*. t.tp: CV Penertbit Qiara Media, 2019.
- Anggito, Albi. Setiawan, Johan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Ariadne Sekar Sari, Christina. *Teknik Mengelola Produk dan Merek*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utana, 2017.
- Astuti, Miguna. Matondang, Nurhafifah. *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- BPS Kabupaten Ponorogo. *Kecamatan Pulung Dalam Angka 2020*. Ponorogo: BPS Kabupaten Ponorogo, 2020.
- Burhan Bungin, H.M. *Metodolodi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia, 2013.
- Damsar. Indrayani. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2009.
- Dinah Fauziah, Nur. Muawanah. Sundari. *Etika Bisnis Syariah*. Batu: Literasi Nusantara, 2019.
- Efendi, Jonaedi. Ibrahim, Johny. *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Depok: Prenadamedia Group, 2016.
- Kotler, Philip. Lane Keller, Kevin. *Manajemen Pemasaran*, terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Mamik, *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2008.

- Rianto, Nur. *Pengantar Ekonomi Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Ritzer, George. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, terj. Alimandan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Sleman: Deeppublish Publisher, 2018.
- Rukin. *Metodologo Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019.
- Sinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press, 2011.
- Siyoto, Sandu. Ali Sodik, M. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Soemitra, Andri. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*. Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep Strategi Dan Kasus*. Yogyakarta : CAPS, 2012.
- Taufan B, M. *Sosiologi Hukum Islam Kajian Empirik Komunitas Sempalan*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Wirawan, I.B. *Teori-teori Sosial dalam Tiga Paradigma*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2016.

Referensi Jurnal dan Artikel Ilmiah:

- Ahmadi, Dadi. "Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar," *Mediator*, vol. 9 (Desember 2008), 310.
- Debora, "Tinjauan Hukum Atas Produk Pangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Yang Tidak Bersertifikasi Halal," *Prosding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu Universitas Asahan Ke-4 Tahun 2020*, (2020), 652.
- Fasya Agustina, Eka. "Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Produk Olahan Kemasan Yang Tidak Mencantumkan Komposisi Bahan Kaitannya Dengan UU Perlindungan Konsumen Pasal 8 No. 8 Tahun 1999 (Studi Kasus di Pasar Sayung Kabupaten Demak)", *Skripsi* (Semarang: UIN Walisongo, 2018), vii.

- Haris, Aidil. Amalia, Asrinda. "Makna dan Simbol dalam Proses Interaksi Sosial (Sebuah Tinjauan Komunikasi)," *Jurnal Risalah*, Vol. 29, No. 1 (Pekanbaru: Universitas Muhammadiyah Riau, 2018), 18.
- Kholid, Muhamad. "Prinsip-Prinsip Hukum ekonomi Syariah Dalam Undang-Undang Tentang Perbankan Syariah," *Asy-Syari'ah*, Vol. 20 Nomor 2 (2018), 148-149.
- Liwa Irrubai, Mohammad. "Strategi Labeling, Packing dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat" *Jurnal Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi*, vol xiii, (Mataram: IAIN Mataram, 2015), 18.
- Minanda, Mey. "Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Industri Rumah Tangga Tanpa Tanggal Kadaluwarsa Berdasarkan Hukum Islam dan Hukum Positif," *Skripsi* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016), 90-92.
- Nurhalis, "Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999," *Jurnal IUS*, vol. III No. 9, (Lombok Timur: IAIH NW, 2015), 526.
- Rasyid Ridla, M. "Sosiologi Hukum Islam (Analisis Terhadap Pemikiran M. Atho' Mudzar)," *Jurnal Ahkam*, 2 (Desember 2012), 297.
- Rofiana, Riska "Pencantuman Label Halal Tanpa Sertifikasi MUI Pada Produk Makanan Industri Rumah Tangga di Yogyakarta (Studi Perspektif Sosiologi Hukum Islam)," *Skripsi* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017), ii.
- Siti Salmaniah Siregar, Nina. "Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik," *Jurnal Ilmu Sosial Fakultas Isipol Uma*, vol. 4 (Oktober 2011), 104.
- Stefanus Klinisi Hermanto, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Makanan Tanpa Tanggal Kadaluarsa," *Surya Kencana Satu*, 2 (2019), 176.
- Suatma, Jasa "Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Padaskuter Matik Merek Honda Vario Di Kota Semarang," *Jurnal STIE Semarang*, vol. 5, 2 (2013), 20.

Referensi Peraturan Undang-undang:

- PB POM No. 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan
Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan