

LABELISASI PRODUK PANGAN UMKM DI KECAMATAN PULUNG PONOROGO

(Perspektif Sosiologi Hukum Islam)

icca Febriyanti^{1*} Abid Rohmanu^{2*}

^{1,2} Fakultas Syariah, IAIN Ponorogo

¹Email: icca.febri@gmail.com

²Email: abied76@iainponorogo.ac.id

DOI:

Received: 31-7-2021

Revised: 15-8-2021

Approved: 30-8-2021

Abstract: *This research departs from labelling MSME food products that do not contain an expiration date, production code, and inclusion of a halal label without halal certification from MUI carried out by business actors in Pulung, Ponorogo. Based on this, this study aims to explain the sociological review of Islamic law on the practice of labelling MSME products in Pulung, Ponorogo, and a review of the sociology of Islamic law on the factors behind the labelling practice of MSME products carried out by business actors in Pulung Ponorogo District. The research method used is qualitative with data collection techniques through interviews and documentation. From this study, it can be concluded that the labelling practice carried out by business actors follows the three basic ideas of the symbolic interactionism theory proposed by Herbert Mead. This result is because every action taken by business actors is translated from the human mind (mind) about oneself (self) and carried out in the community (society) where the individual is located. The factors behind business actors doing labelling follow the three basic premises of the symbolic interactionism theory proposed by Blumer. Meanwhile, in the application of sharia economic principles, the actions of business actors are not following the principles of honesty and truth; some business actors are dishonest in providing information on labels.*

Keyword: *Food Product, Labelling, SMEs, Sociological Perspective*

Abstrak: *Penelitian ini berangkat dari praktik labelisasi produk pangan UMKM yang tidak memuat tanggal kadaluwarsa, kode produksi dan pencantuman label halal tanpa sertifikasi halal dari MUI yang dilakukan oleh pelaku usaha di Pulung, Ponorogo. Berdasarkan hal tersebut kajian ini bertujuan untuk menjelaskan tinjauan sosiologi hukum Islam terhadap praktik labelisasi pada produk UMKM di Pulung, Ponorogo dan tinjauan sosiologi hukum Islam terhadap faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi pada produk UMKM yang dilakukan oleh para pelaku usaha di Kecamatan Pulung Ponorogo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Dengan Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa praktik labelisasi yang dilakukan oleh*

para pelaku usaha 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 berada. Faktor-faktor yang melatarbelakangi pelaku usaha melakukan labelisasi sudah sesuai dengan tiga premis dasar teori interaksionisme simbolik yang dikemukakan oleh Blumer. 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.

Kata Kunci: *Produk Pangan, Labelisasi, UMKM, Perspektif Sosiologi.*

PENDAHULUAN

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 mengonsumsi makanan.

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.¹ 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.

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 tulisan halal pada Label”.² Dimana kebenaran ini tidak hanya dibuktikan dengan bahan baku saja tetapi juga dari proses pengolahannya. Sertifikasi halal memiliki peran penting

¹ Nur Rianto, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), 192.

² Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Pangan.

bagi konsumen maupun produsen. Bagi produsen sertifikasi halal berperan sebagai pertanggungjawaban produsen terhadap konsumen dan memberikan rasa kepercayaan konsumen. Sedangkan bagi konsumen sertifikasi halal berperan sebagai jaminan terhadap produk yang dikonsumsi.³

Kecamatan Pulung merupakan salah satu daerah dataran tinggi di Kabupaten Ponorogo yang banyak berdiri industri rumah tangga 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. Para pelaku usaha memberikan label pada setiap produknya yang memberikan informasi-informasi tentang produknya tetapi tidak dicantumkan dengan 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. Dalam melaksanakan labelisasi, pelaku usaha memahami regulasi tersebut dengan beranggapan bahwa usaha yang dimilikinya belum besar sehingga tidak harus mencantumkan semua keterangan-keterangan tersebut.

Terkait topik penelitian ini, beberapa kajian terdahulu diantaranya: *Pertama*, penelitian Eka Fasya Agustina,⁴ tentang "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)". Penelitian ini menjelaskan 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

³ Syaeful Bakhri, "Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Pelaku Industri Kecil dan Menengah," *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (30 Juni 2020): 98, <https://doi.org/10.24235/jm.v5i1.6789>.

⁴ 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) - Walisongo Repository," vii, diakses 12 Agustus 2021, <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/9022/>.

ini yang menjadi penyebab banyaknya produk olahan kemasan tanpa komposisi bahan yang beredar di Pasar Sayung.

Kedua, penelitian Debora,⁵ tentang “Tinjauan Hukum Atas Produk Pangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Yang Tidak Bersertifikasi Halal.” Penelitian tersebut 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.

Ketiga, penelitian yang ditulis Stefanus Klinisi Hermanto,⁶ tentang “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Makanan Tanpa Tanggal Kadaluarasa.” Penelitian tersebut 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.

Berdasarkan berbagai literatur di atas, kajian ini memiliki distingsi yang jelas berbeda dari segi fokus dan topik 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.

Penelitian ini memfokuskan pada pertanyaan terkait bagaimana tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Labelisasi Produk Pangan UMKM di Kecamatan Pulung Ponorogo. Adapun jenis penelitian yang digunakan menggunakan penelitian lapangan dengan metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Serta 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 dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

⁵ Debora Debora, “Tinjauan Hukum Atas Produk Pangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Yang Tidak Bersertifikat Halal,” *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Universitas Asahan*, no. 0 (16 Oktober 2020): 652, <http://jurnal.una.ac.id/index.php/semnasmudi/article/view/1580>.

⁶ Stefanus Klinsi Hermanto, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Makanan Tanpa Tanggal Kadaluarasa,” *Jurnal Surya Kencana Satu : Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan* 10, no. 2 (9 Juni 2020): 176, <https://doi.org/10.32493/jdmhkdmhk.v10i2.5465>.

LABELISASI PRODUK DAN MAKNA SIMBOLISME

Menurut Kotler pengertian produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, properti, tempat, informasi, organisasi dan ide.⁷ 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. Sedangkan produk industri adalah produk yang dikonsumsi oleh industri lain (konsumen antara atau konsumen bisnis) untuk diproses lebih lanjut atau digunakan dalam melaksanakan bisnis.

Label merupakan 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.⁸ Labelisasi bertujuan mencegah penipuan, serta untuk membantu konsumen memaksimalkan pilihan mereka terhadap produk untuk kemanfaatan atau kesejahteraan mereka.⁹

Menurut PPOM No. 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan, keterangan yang tercantum pada label sekurang-kurangnya memuat: nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih atau isi bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi, halal bagi yang dipersyaratkan, tanggal dan kode produksi, keterangan kadaluwarsa, nomor izin edar, dan asal usul bahan pangan tertentu.¹⁰

Labelisasi dalam konteks penerapan prinsip ekonomi syariah, prinsip kejujuran dan kebenaran tercermin dalam setiap transaksi harus tegas, jelas dan pasti barang maupun harga. Transaksi yang merugikan dilarang dan

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing management*, 13th ed (Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall, 2009), 4.

⁸ Agustina Sinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011), 85.

⁹ A. Yuyun dan Delli Gunarsa, *Cerdas Mengemas Produk Makanan dan Minuman* (Jakarta: PT Agromedia Pustaka, 2011), 84.

¹⁰ PPOM No. 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan.

mengutamakan kepentingan sosial.¹¹ Demikian pula dalam sosiologi hukum Islam.¹²

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 Herbert Mead menjelaskan bahwa manusia termotivasi untuk bertindak berdasarkan makna yang mereka berikan kepada manusia lain, kejadian, dan benda atau barang. 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.¹³

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 lain 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.¹⁴

Menurut Mead, interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (*mind*) mengenai diri sendiri (*self*), dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan bertujuan akhir untuk menengahi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat (*society*) dimana individu tersebut menetap.¹⁵

¹¹ Muhamad Kholid, "Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah dalam Undang-Undang Tentang Perbankan Syariah," t.t., 148.

¹² M. Taufan B., *Sosiologi Hukum Islam Kajian Empirik Komunitas Sempalan* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 11.

¹³ Aidil Haris dan Asrinda Amalia, "Makna Dan Simbol dalam Proses Interaksi Sosial (Sebuah Tinjauan Komunikasi)," *Jurnal Dakwah Risalah* 29, no. 1 (30 Juni 2018): 18, <https://doi.org/10.24014/jdr.v29i1.5777>.

¹⁴ George Ritzer, *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 53.

¹⁵ Nina Siti Salmaniah Siregar, "Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik," *PERSPEKTIF* 1, no. 2 (3 Februari 2016): 104, <https://doi.org/10.31289/perspektif.v1i2.86>.

Pada perspektif Blumer, teori interaksionisme simbolik mengandung beberapa ide dasar 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.¹⁶

LABELISASI PRODUK UMKM PERSPEKTIF SOSIOLOGI HUKUM ISLAM

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 kadaluwarsa dengan jujur yaitu dari tanggal produksi. Informasi yang belum dicantumkan adalah label halal dan berat bersih.¹⁷ Selanjutnya, pada UMKM Ragil labelisasi yang dilakukan 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 kadaluwarsa.¹⁸

Pada UMKM 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. Yang menjadi perhatian pada praktik labelisasi di Suka Jaya adalah penggunaan nomor PIRT yang sama pada produk yang berbeda.¹⁹ Sedangkan 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.²⁰

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. Pelaku usaha dalam melaksanakan labelisasi tidak mencantumkan keterangan lain seperti berat

¹⁶ Dadi Ahmadi, "Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar," *Mediator: Jurnal Komunikasi* 9, no. 2 (29 Desember 2008): 310, <https://doi.org/10.29313/mediator.v9i2.1115>.

¹⁷ Topa, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 31 Maret 2021.

¹⁸ Lilik, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 4 April 2021.

¹⁹ Sutimi, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 3 April 2021

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

bersih, komposisi, kode produksi, tanggal kadaluwarsa, label halal, dan nomor izin edar.²¹

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. 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."²² Pelaku usaha dalam memasarkan produknya menggunakan merek dagang dan nomor izin edar orang lain karena pelaku usaha belum mempunyai nomor izin edar sendiri. Informasi yang tidak dicantumkan pada label adalah komposisi, kode produksi, tanggal kadaluwarsa, alamat dan nomor izin edar.

Faktor-faktor yang melatarbelakangi labelisasi pada produk UMKM di Kecamatan Pulung Ponorogo adalah sebagai berikut:

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

²¹ Meseno, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 4 April 2021.

²² Prima, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 5 April 2021.

- e. Kurangnya pemantauan pada produk yang beredar, sehingga pelaku usaha memasarkan produknya sesuai dengan pemaknaannya terhadap labelisasi produk.

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

- a. 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.²³ Setiap individu memiliki pemikiran yang berbeda-beda dalam menerjemahkan suatu simbol 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. Sehingga pada label produk memuat keterangan yang berbeda-beda. Seperti labelisasi pada UMKM PR'IMA di mana pelaku usaha menganggap bahwa keterangan komposisi tidak perlu dicantumkan karena bahan yang digunakan sudah jelas diketahui oleh konsumen. Sedangkan pelaku usaha lain mencantumkan keterangan komposisi karena beranggapan bahwa keterangan komposisi dapat memberikan rasa yakin terhadap produk.
- b. Diri (*Self*) yaitu kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain.²⁴ Setiap individu melakukan suatu tindakan berdasarkan pencerminan terhadap pendapat atau saran orang lain. Dalam konsep diri ini pelaku mempraktikkan labelisasi berdasarkan pada

²³Devi Pramitha, "Revitalisasi Kepemimpinan Kolektif-Kolegial dalam Membangun Efektifitas Komunikasi Organisasi Pesantren (Studi Interaksionisme Simbolik di Pondok Pesantren Jombang)," *journal EVALUASI* 4, no. 1 (7 Maret 2020): 45, <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v4i1.355>.

²⁴ Siti Nuralfia Abdullah, "Interaksionisme Simbolik Perempuan Muslim dalam 'Aksi Gejayan Memanggil,'" *Jurnal Ilmiah Syi'ar* 19, no. 2 (4 Februari 2020): 157, <https://doi.org/10.29300/syr.v19i2.2466>.

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.

- c. 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. Pelaku usaha sebagai produsen yang berperan aktif dalam masyarakat memberikan jaminan produk melalui labelisasi. Pelaku usaha melaksanakan labelisasi sebagai salah satu upaya untuk memberikan rasa yakin dan puas pada masyarakat atas produknya. Dengan melakukan labelisasi pelaku usaha juga mendapatkan keuntungan-keuntungan lainnya.

Pada faktor-faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi yang dilakukan oleh pelaku usaha, penulis menggunakan teori interaksionisme simbolik dalam perspektif Blumer. Blumer 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.²⁵ 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:

- a. Manusia bertindak berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu bagi mereka.²⁶ Pelaku usaha melakukan praktik labelisasi berdasarkan

²⁵ Haris dan Amalia, "Makna Dan Simbol dalam Proses Interaksi Sosial (Sebuah Tinjauan Komunikasi)," 18.

²⁶ Krisnawati Krisnawati, Elly Kismine, dan Adang Syamsudin Sulaha, "Makna Perilaku Siswa Dalam Perayaan Kelulusan Ujian Pada SMK Negeri 1 Rembang Tahun Ajaran 2014/2015

penerjemahan simbol-simbol yang diterima dengan pertimbangan pemikiran dan anggapan pelaku usaha terhadap labelisasi. Seperti yang terjadi di lapangan yaitu pertimbangan Bapak T dalam mencantumkan keterangan tanggal kadaluarsa yang dihitung dari tanggal pengiriman dengan tujuan untuk mempermudah pengecekan produk yang didistribusikan.

- b. 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. Seperti yang dilakukan oleh Ibu S yang menggunakan nomor PIRT yang sama pada jenis produk yang berbeda, hal ini dilakukan karena beliau mendapatkan kelonggaran dari Dinas Perdagkum. Di mana Dinas Perdagkum tidak mempermasalahkannya selagi toko atau swalayan tidak meminta untuk memberi nomor PIRT yang berbeda, karena proses perizinan juga memakan waktu dan biaya yang bisa saja menjadi beban bagi pelaku usaha.
- c. Makna-makna tersebut kemudian disempurnakan pada saat proses interaksi sosial sedang berlangsung. Pada saat interaksi berlangsung pelaku usaha dan Dinas Perdagkum saling menerjemahkan dan bernegosiasi untuk labelisasi produk yang dilakukan. Pelaku usaha melakukan negosiasi atas label yang mereka gunakan, seperti halnya bentuk label yang digunakan. Dalam praktik labelisasi yang dilakukan oleh Ibu S dengan merek "Suka Jaya", pelaku usaha menggunakan label yang berbahan kertas yang dimasukkan ke dalam kemasan tetapi label tidak dilapisi plastik. Kemudian Dinas Perdagkum memberikan saran untuk melapisi label dengan plastik agar label tidak berubah warna karena minyak yang terkandung dalam produk, tetapi Ibu S bernegosiasi untuk tidak melakukan hal tersebut karena akan menambah biaya produksi sedangkan laba yang diperoleh dinilai kecil.

Dalam penerapan prinsip hukum ekonomi syariah, pelaku usaha dalam menjalankan praktik labelisasi produk juga harus memperhatikan prinsip

(Tinjauan Interaksionisme Simbolik Blumer)," *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture* 5, no. 2 (2016): 169.

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.²⁷

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 kadaluarsa dari proses produksi, namun pada praktiknya pelaku usaha belum melakukan hal tersebut. Pelaku usaha masih memberikan informasi tanggal kadaluarsa yang tidak jujur yaitu tanggal kadaluarsa yang dihitung dari tanggal pendistribusian produk. Selain itu ada beberapa pelaku usaha yang tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa karena pelaku usaha beranggapan bahwa produknya tidak sampai kadaluarsa pada saat dikonsumsi oleh konsumen.

PENUTUP

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

Pertama, 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.

²⁷ Nur Dinah Fauziah dan dkk., *Etika Bisnis Syariah* (Batu: Literasi Nusantara, 2019), 58.

Perbedaan pemikiran setiap individu ini menyebabkan praktik labelisasi yang berbeda setiap pelaku usaha.

Kedua, 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.

Ketiga, 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 memosisikan 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.

Pada faktor-faktor yang melatarbelakangi praktik labelisasi yang dilakukan oleh pelaku usaha, penulis menggunakan teori interaksionisme simbolik dalam perspektif Blumer. Sehingga dihasilkan simpulan sebagai berikut:

Pertama, 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.

Kedua, 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.

Ketiga, makna-makna tersebut kemudian disempurnakan pada saat proses interaksi sosial sedang berlangsung. Pada saat interaksi berlangsung 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Siti Nuralfia. "Interaksionisme Simbolik Perempuan Muslim dalam 'Aksi Gejayan Memanggil.'" *Jurnal Ilmiah Syi'ar* 19, no. 2 (4 Februari 2020): 151. <https://doi.org/10.29300/syr.v19i2.2466>.
- Ahmadi, Dadi. "Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar." *Mediator: Jurnal Komunikasi* 9, no. 2 (29 Desember 2008): 301–16. <https://doi.org/10.29313/mediator.v9i2.1115>.
- B., M. Taufan. *Sosiologi Hukum Islam Kajian Empirik Komunitas Sempalan*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Bakhri, Syaeful. "Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Pelaku Industri Kecil dan Menengah." *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (30 Juni 2020): 54. <https://doi.org/10.24235/jm.v5i1.6789>.
- Debora, Debora. "Tinjauan Hukum Atas Produk Pangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Yang Tidak Bersertifikat Halal." *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Universitas Asahan*, no. 0 (16 Oktober 2020). <http://jurnal.una.ac.id/index.php/semnasmudi/article/view/1580>.
- Fauziah, Nur Dinah, dan dkk. *Etika Bisnis Syariah*. Batu: Literasi Nusantara, 2019.
- Haris, Aidil, dan Asrinda Amalia. "Makna Dan Simbol dalam Proses Interaksi Sosial (Sebuah Tinjauan Komunikasi)." *Jurnal Dakwah Risalah* 29, no. 1 (30 Juni 2018): 16. <https://doi.org/10.24014/jdr.v29i1.5777>.
- Hermanto, Stefanus Klinsi. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Makanan Tanpa Tanggal Kadaluarasa." *Jurnal Surya Kencana Satu : Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan* 10, no. 2 (9 Juni 2020): 165. <https://doi.org/10.32493/jdmhkdmmhk.v10i2.5465>.
- Ifam, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 3 April 2021.
- Kholid, Muhamad. "Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah dalam Undang-Undang Tentang Perbankan Syariah," t.t., 18.

- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing management*. 13th ed. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall, 2009.
- Krisnawati, Krisnawati, Elly Kismini, dan Adang Syamsudin Sulaha. "Makna Perilaku Siswa Dalam Perayaan Kelulusan Ujian Pada SMK Negeri 1 Rembang Tahun Ajaran 2014/2015 (Tinjauan Interaksionisme Simbolik Blumer)." *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture* 5, no. 2 (2016): 167–76.
- Lilik, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 4 April 2021.
- Meseno, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 4 April 2021.
- PBPOM No. 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan.
Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Pangan.
- Pramitha, Devi. "Revitalisasi Kepemimpinan Kolektif-Kolegial dalam Membangun Efektifitas Komunikasi Organisasi Pesantren (Studi Interaksionisme Simbolik di Pondok Pesantren Jombang)." *journal EVALUASI* 4, no. 1 (7 Maret 2020): 45. <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v4i1.355>.
- Prima, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 5 April 2021.
- Rianto, Nur. *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Ritzer, George. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Sinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press, 2011.
- Siregar, Nina Siti Salmaniah. "Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik." *PERSPEKTIF* 1, no. 2 (3 Februari 2016). <https://doi.org/10.31289/perspektif.v1i2.86>.
- Sutimi, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 3 April 2021.
- Topa, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 31 Maret 2021.
- Yuyun, A., dan Delli Gunarsa. *Cerdas Mengemas Produk Makanan dan Minuman*. Jakarta: PT Agromedia Pustaka, 2011.



© 2021 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).