Al-Mashlahah, VOL: 14/No: 02 Octover 2026 **P-ISSN: 2252-8970**
DOI: 10.30868/am.v14i02.10999 **E-ISSN: 2581-1754**

Date Received	**:**	**September 2026**
Date Accepted	**:**	**October 2026**
Date Published	**:**	**October 2026**

PERLINDUNGAN KONSUMEN REPACKAGING SUSU CURAH DI MARKETPLACE PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH DAN HUKUM POSITIF INDONESIA

Nazlah Putri Sahira[1]
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia (nazlah0204222164@uinsu.ac.id)

Ahmad Zuhri
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia

Kata Kunci:
Perlindungan Konsumen, Repackaging, Susu Curah, Marketplace, Maqashid Syariah

ABSTRACT

Praktik penjualan susu curah melalui repackaging di marketplace menimbulkan permasalahan perlindungan konsumen karena kemasan ulang tidak mencantumkan informasi wajib, meliputi komposisi, tanggal kedaluwarsa, identitas produsen, nomor izin edar BPOM, kode produksi, dan petunjuk penyimpanan. Kondisi tersebut menyebabkan keamanan dan mutu produk tidak dapat dipastikan. Penelitian ini bertujuan menganalisis perlindungan konsumen terhadap praktik repackaging susu curah dalam perspektif Maqashid Syariah dan Hukum Positif Indonesia. Penelitian menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan konseptual melalui analisis konsep Hifz al-Nafs menurut Imam Al-Syathibi serta pendekatan perundang-undangan. Data diperoleh melalui studi kepustakaan dan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik repackaging susu curah, antara lain MILO, Dancow, dan HILO di marketplace, dilakukan dengan mengemas ulang produk ke dalam kemasan lebih kecil tanpa mencantumkan informasi wajib, sehingga keamanan, mutu, dan kejelasan informasi produk tidak dapat dipastikan. Praktik tersebut belum memenuhi prinsip Maqashid Syariah dan ketentuan hukum positif Indonesia terkait hak konsumen atas keamanan, keselamatan, dan informasi yang benar. Perspektif Hifz al-Nafs menekankan jaminan keamanan pangan, mutu produk, informasi yang benar, serta ganti rugi (daman) bagi konsumen yang dirugikan. Hukum positif Indonesia mengatur hak konsumen, kewajiban pelaku usaha memenuhi standar keamanan pangan dan ketentuan pelabelan, serta tanggung jawab ganti rugi. Praktik tersebut bertentangan dengan ketentuan perlindungan konsumen, pangan, dan pelabelan pangan olahan serta belum memenuhi prinsip Hifz al-Nafs.

[1] Correspondence author

Keywords:

Consumer Protection Repackaging, Bulk Milk, Marketplace, Maqashid Syariah

ABSTRACTS

The practice of selling bulk milk through repackaging in the marketplace raises consumer protection problems because the repackaging does not include mandatory information, including composition, expiration date, producer identity, BPOM distribution permit number, production code, and storage instructions. These conditions cause the safety and quality of the product to be unascertainable. This study aims to analyze consumer protection against the practice of bulk milk repackaging from the perspective of Maqashid Syariah and Indonesian Positive Law. The research uses a normative legal method with a conceptual approach through the analysis of the concept of Hifz al-Nafs according to Imam Al-Syathibi and the legislative approach. Data were obtained through literature studies and analyzed in a qualitative descriptive manner. The results of the study show that the practice of repackaging bulk milk, including MILO, Dancow, and HILO in the marketplace, is carried out by repackaging products into smaller packaging without including mandatory information, so that the safety, quality, and clarity of product information cannot be ensured. This practice does not meet the principles of Maqashid Syariah and the provisions of positive Indonesian law related to consumers' rights to security, safety, and correct information. Hifz al-Nafs' perspective emphasizes ensuring food safety, product quality, correct information, and compensation (daman) for aggrieved consumers. Indonesia's positive law regulates consumer rights, the obligation of business actors to comply with food safety standards and labeling provisions, as well as compensation responsibilities. This practice is contrary to the provisions of consumer protection, food, and processed food labeling and has not met the principles of Hifz al-Nafs.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong pertumbuhan perdagangan elektronik (*marketplace*) yang memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh berbagai kebutuhan, termasuk produk pangan. Salah satu praktik yang berkembang dalam perdagangan tersebut adalah penjualan susu curah yang dikemas ulang (*repackaging*) ke dalam kemasan berukuran lebih kecil untuk dijual kembali kepada konsumen. Praktik ini memungkinkan produk dipasarkan dalam jumlah yang lebih sedikit dengan harga yang relatif terjangkau. Meskipun demikian, pengemasan ulang produk pangan tidak semata-mata merupakan persoalan teknis dan ekonomis, tetapi juga berkaitan dengan pemenuhan standar keamanan pangan, kewajiban pelabelan, dan perlindungan hak konsumen.

Persoalan hukum muncul ketika susu curah yang telah dikeluarkan dari kemasan aslinya dikemas kembali menggunakan kemasan polos tanpa disertai informasi yang memadai mengenai identitas produsen, komposisi, tanggal kedaluwarsa, petunjuk penyimpanan, dan nomor izin edar apabila dipersyaratkan. Kondisi tersebut dapat menghambat konsumen dalam menilai keamanan dan kelayakan produk sebelum melakukan pembelian. Selain itu, proses pemindahan dan pengemasan ulang yang tidak memenuhi persyaratan higiene dan sanitasi berpotensi meningkatkan risiko kontaminasi serta menurunkan mutu produk. Dengan demikian, persoalan *repackaging* susu curah tidak hanya berkaitan dengan kelengkapan informasi produk, tetapi juga dengan tanggung jawab pelaku usaha dalam menjamin keamanan pangan yang diedarkan kepada masyarakat.

Dalam hukum positif Indonesia, perlindungan konsumen diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menjamin hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang serta hak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur. Ketentuan tersebut berkaitan dengan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan dan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Peraturan BPOM Nomor 6 Tahun 2024. Kerangka hukum tersebut menjadi dasar untuk menilai apakah pengemasan ulang susu curah dan peredarannya melalui *marketplace* telah memenuhi kewajiban keamanan, mutu, pelabelan, serta persyaratan peredaran pangan yang berlaku.[2] Penilaiannya harus memperhatikan kategori produk, karakteristik susu yang diperdagangkan, dan ketentuan khusus yang relevan sehingga tidak setiap praktik pengemasan ulang dapat serta-merta dinyatakan melanggar hukum.

Selain ditinjau berdasarkan hukum positif, praktik *repackaging* susu curah juga relevan dikaji melalui perspektif *maqashid syariah*, khususnya *hifz al-nafs* atau pemeliharaan jiwa. Al-Syathibi menempatkan pemeliharaan jiwa sebagai salah satu tujuan pokok syariat yang mengarahkan perlindungan terhadap kehidupan manusia dan pencegahan kemudaratan.[3] Dalam konteks perdagangan pangan, prinsip tersebut mengandung tuntutan agar kegiatan usaha tidak mengabaikan keselamatan dan kesehatan konsumen demi memperoleh keuntungan ekonomi. Oleh karena itu,

[2] Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 4 dan Pasal 7; Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan; Badan Pengawas Obat dan Makanan, Peraturan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan, sebagaimana diubah dengan Peraturan BPOM Nomor 20 Tahun 2021 dan Peraturan BPOM Nomor 6 Tahun 2024.

[3] Abu Ishaq Ibrahim ibn Musa ibn Muhammad Al-Syatibi, *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Shari'ah*, *Dar Ibn Affan*, Jilid 2 (Al-Khobar: Dār Ibn ʻAffān, 1997).

keamanan pangan, kebersihan proses pengemasan, pemeliharaan mutu, dan keterbukaan informasi dapat dianalisis sebagai aspek yang mendukung perlindungan jiwa. Perspektif ini memungkinkan penilaian terhadap praktik perdagangan tidak hanya berdasarkan terpenuhi atau tidaknya kewajiban formal, tetapi juga berdasarkan tujuan perlindungan manusia yang hendak diwujudkan oleh ketentuan hukum tersebut.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik dan perdagangan pangan, tetapi dengan fokus yang berbeda. Maysarah Safitri dan Sudirman Suparmin, dalam penelitian berjudul "Perlindungan Konsumen atas Penggantian Produk tanpa Kesepakatan di *Marketplace Shopee* Perspektif Fatwa DSN-MUI No. 144/DSN-MUI/XII/2021", mengkaji penggantian produk secara sepihak dalam transaksi *marketplace*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggantian produk tanpa persetujuan konsumen dapat menimbulkan persoalan pemenuhan kewajiban pelaku usaha dan pelanggaran terhadap prinsip kejujuran dalam transaksi.[4] Relevansinya dengan penelitian ini terletak pada perhatian terhadap perilaku pelaku usaha dan perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik. Namun, penelitian tersebut berfokus pada ketidaksesuaian produk yang diterima dengan produk yang disepakati, bukan pada pengemasan ulang pangan, keterlacakan informasi produk, dan risiko keamanan yang dapat timbul dari proses pengemasan ulang.

Kajian lain dilakukan oleh Reniko Danuaji melalui penelitian "Analisis Yuridis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Akibat Pelabelan Menyesatkan dalam Industri Pangan Olahan di Indonesia". Penelitian tersebut membahas perlindungan hukum terhadap konsumen akibat informasi label pangan yang menyesatkan serta tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang ditimbulkan.[5] Penelitian ini memiliki keterkaitan langsung dengan persoalan informasi produk dalam perdagangan pangan. Akan tetapi, fokus kajiannya terletak pada pelabelan menyesatkan dalam industri pangan olahan secara umum, sedangkan penelitian ini secara khusus menempatkan praktik *repackaging* susu curah di *marketplace* sebagai objek analisis. Perbedaan tersebut penting karena pengemasan ulang tidak hanya berpotensi menimbulkan persoalan pelabelan, tetapi juga berkaitan dengan penanganan produk, pemeliharaan mutu, dan kemungkinan hilangnya informasi dari kemasan asal.

Selanjutnya, Muhammad Syafiq Aidri dan Tetty Marlina Tarigan meneliti perlindungan konsumen terhadap pembeli pisang yang dilapisi cat *pilox* dalam perspektif *maqashid syariah*. Penelitian tersebut menghubungkan potensi bahaya produk pangan dengan prinsip *hifz al-nafs* dan ketentuan hukum perlindungan konsumen.[6] Kajian tersebut menunjukkan relevansi *maqashid syariah* dalam menilai praktik perdagangan pangan yang berpotensi membahayakan kesehatan. Meskipun demikian, objek penelitiannya berupa penggunaan bahan berbahaya pada permukaan buah, sedangkan penelitian ini berfokus pada pengemasan ulang susu curah dan keterkaitan antara keamanan pangan, kelengkapan label, serta tanggung jawab pelaku usaha dalam

[4] Maysarah Safitri and Sudirman Suparmin, "Perlindungan Konsumen Atas Penggantian Produk Tanpa Kesepakatan Di Marketplace Shopee Perspektif Fatwa DSN-MUI No. 144/DSN-MUI/XII/2021," *AL-SULTHANIYAH* 14, no. 2 (2025): 434–45

[5] Reniko Danuaji, "Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Pelabelan Menyesatkan Dalam Industri Pangan Olahan Di Indonesia: Indonesia," *Jurnal Hukum Respublica* 24, no. 2 (2025): 1–11.

[6] muhammad Syafiq Aidri And Tetty Marlina Tarigan, "Perlindungan Konsumen Terhadap Pembeli Pisang Yang Berlapis Cat Pilox Perspektif Maqashid Syari'ah : (Studi Kasus Di Kecamatan Martubung, Kota Medan)," *QANUN: Journal of Islamic Laws and Studies* 4, no. 3 (2026): 1313–21.

perdagangan elektronik. Dengan demikian, perbedaan objek dan karakteristik risiko menjadi dasar untuk mengembangkan analisis yang lebih spesifik mengenai perlindungan konsumen dalam praktik *repackaging*.

Kajian mengenai perlindungan konsumen terhadap makanan hasil *repackaging* oleh Aisy Anfa'an Na'ila menunjukkan relevansi pengujian praktik pengemasan ulang melalui hukum positif dan hukum Islam, penelitian ini menempatkan *hifz al-nafs* sebagai kerangka untuk menghubungkan kepentingan menjaga kesehatan dan keselamatan konsumen dengan persoalan pengemasan ulang serta penyampaian informasi produk. Fokus tersebut memungkinkan analisis tidak berhenti pada perbedaan kemasan, tetapi menilai apakah praktik perdagangan yang diteliti telah memperhatikan kemaslahatan konsumen dan memenuhi kewajiban hukum yang relevan.[7]

Berdasarkan perbandingan tersebut, kesenjangan penelitian terletak pada belum terintegrasinya secara memadai, dalam penelitian-penelitian yang dibandingkan, analisis mengenai praktik *repackaging* susu curah di *marketplace*, kewajiban hukum pelaku usaha dalam menjaga keamanan dan memberikan informasi produk, serta penilaian terhadap tujuan perlindungan jiwa dalam *maqashid syariah*. Oleh karena itu, kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan perspektif hukum positif dan konsep *hifz al-nafs* secara terpadu untuk menilai praktik pengemasan ulang susu curah, khususnya mengenai keamanan produk, pemenuhan kewajiban pelabelan, dan perlindungan konsumen dari potensi kemudaratan. Penelitian ini tidak hanya menguji kesesuaian praktik tersebut dengan peraturan yang berlaku, tetapi juga menelaah hubungan antara kewajiban hukum pelaku usaha dan tujuan syariat dalam menjaga keselamatan serta kesehatan manusia.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis praktik *repackaging* susu curah yang diperdagangkan melalui *marketplace* berdasarkan perspektif *maqashid syariah*, khususnya konsep *hifz al-nafs*, serta menilai kesesuaiannya dengan ketentuan hukum positif Indonesia mengenai perlindungan konsumen dan keamanan pangan. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi akademik berupa pengembangan analisis perlindungan konsumen yang mengintegrasikan norma hukum positif dan tujuan syariat, sekaligus menawarkan kerangka penilaian bagi pelaku usaha dan pemangku kepentingan dalam mendorong perdagangan pangan yang aman, transparan, dan bertanggung jawab.

B. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang bertujuan menganalisis perlindungan konsumen terhadap praktik *repackaging* susu curah di *marketplace* berdasarkan hukum positif Indonesia dan perspektif *maqashid syariah*. Penelitian hukum normatif dilakukan dengan mengkaji norma, asas, dan konsep hukum yang relevan dengan permasalahan penelitian.[8] Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menelaah ketentuan hukum yang mengatur perlindungan konsumen, keamanan pangan, dan pelabelan produk, termasuk keterkaitan antarketentuan yang relevan.[9] Sementara itu, pendekatan konseptual digunakan untuk mengkaji konsep dan asas hukum yang

[7] Aisy Anfa'an Na'ila, "Perlindungan Hukum Konsumen Produk Makanan Repacking Persepektif Hukum Positif Dan Hukum Islam," *VISA: Journal of Vision and Ideas* 4, no. 3 (August 21, 2024): 1999–2012.

[8] Muhaimin, *Meode Penelitian Hukum*, 1st ed. (Mataram: Mataram University press, 2020).

[9] Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, IV (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010).

berkaitan dengan permasalahan penelitian, khususnya konsep *hifz al-nafs* dalam *maqashid syariah* sebagai landasan analisis perlindungan jiwa dan kesehatan konsumen.[10] Konsep *hifz al-nafs* tersebut merujuk pada pemikiran Imam Al-Syathibi mengenai pemeliharaan jiwa sebagai salah satu tujuan pokok syariat.[11]

Bahan hukum yang digunakan terdiri atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer meliputi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan, serta Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan beserta perubahannya. Bahan hukum sekunder meliputi kitab, buku, artikel jurnal ilmiah, dan hasil penelitian yang relevan dengan perlindungan konsumen, keamanan pangan, pelabelan, praktik *repackaging*, dan *maqashid syariah*. Bahan-bahan tersebut dipilih berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian dan digunakan untuk mendukung penafsiran terhadap norma hukum serta pengembangan argumentasi penelitian.

Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan dengan menelusuri, mengidentifikasi, dan mengkaji peraturan perundang-undangan serta literatur ilmiah yang relevan. Sebagai data pendukung, penelitian ini juga mencakup pengamatan terhadap penawaran produk susu curah yang dikemas ulang pada *marketplace* selama periode 16–22 Mei 2026.[12] Pengamatan diarahkan pada informasi yang ditampilkan dalam halaman penawaran produk, meliputi bentuk kemasan, kelengkapan label, identitas produk, informasi pelaku usaha, serta pencantuman nomor izin edar apabila dipersyaratkan oleh ketentuan yang berlaku. Informasi tersebut digunakan untuk memberikan konteks terhadap persoalan hukum yang dikaji. Pengamatan terbatas pada informasi yang dapat diakses melalui halaman penawaran dan tidak dengan sendirinya membuktikan kondisi fisik produk, proses pengemasan, ataupun tingkat keamanan produk yang sebenarnya. Analisis dilakukan secara kualitatif dengan menafsirkan dan menghubungkan ketentuan hukum positif mengenai hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, keamanan pangan, dan pelabelan dengan konsep *hifz al-nafs* dalam *maqashid syariah*. Analisis ini bertujuan menilai kesesuaian praktik *repackaging* susu curah dengan ketentuan hukum yang relevan serta mengkaji hubungan antara kewajiban pelaku usaha dan tujuan perlindungan jiwa serta kesehatan konsumen. Batas Penelitaian mencakup analisis normatif terhadap peraturan dan konsep hukum, dengan informasi penawaran produk di *marketplace* sebagai data pendukung yang terbatas pada periode pengamatan tersebut.

[10] Marzuki.

[11] Al-Syatibi, *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Shari'ah*.

[12] Dokumentasi pengamatan terhadap penawaran produk susu curah yang dikemas ulang pada platform Shopee, 16–22 Mei 2026. Catatan ini perlu dilengkapi dengan tautan atau tangkapan layar produk yang benar-benar diamati, tanggal akses, serta kode dokumentasi setiap produk.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Hifz al-Nafs dalam Maqashid Syariah Menurut Al-Syathibi

Maqashid syariah merupakan tujuan yang hendak diwujudkan oleh syariat Islam untuk menciptakan kemaslahatan *(jalb al-masalih*) dan mencegah kemudaratan *(dar' al-mafasid)* dalam kehidupan manusia. Salah satu tujuan pokok *maqashid syariah* adalah *Hifz al-Nafs* (pemeliharaan jiwa), yaitu menjaga kehidupan, keselamatan, dan kesehatan manusia dari segala bentuk bahaya yang dapat mengancam keberlangsungan hidup. Secara bahasa, *maqasid* (مقاصد) merupakan bentuk jamak dari maqsad (مقصد) yang berarti tujuan, maksud, sasaran, atau sesuatu yang hendak dicapai. Adapun syariah berarti jalan yang harus ditempuh atau ketentuan hukum yang ditetapkan Allah Swt. bagi manusia. Dengan demikian, *Maqashid Syariah* dapat dipahami sebagai tujuan-tujuan yang hendak diwujudkan oleh Allah Swt. melalui penetapan hukum Islam demi mewujudkan kemaslahatan manusia di dunia dan akhirat. [13] Pemikiran Al-Syathibi yaitu perlindungan jiwa berkaitan dengan kebutuhan *daruriyyat*, yakni kebutuhan mendasar yang keberadaannya menentukan terpeliharanya kemaslahatan kehidupan manusia. Al-Syathibi menjelaskan:

فَأَمَّا الضَّرُوْرِيَّةُ؛ فَمَعْنَاهَا أَنَّهَا لَا بُدَّ مِنْهَا فِيْ قِيَامِ مَصَالِحِ الدِّيْنِ وَالدُّنْيَا، بِحَيْثُ إِذَا فُقِدَتْ لَمْ تَجْرِ مَصَالِحُ الدُّنْيَا عَلَى اسْتِقَامَةٍ، بَلْ عَلَى فَسَادٍ وَتَهَارُجٍ وَفَوْتِ حَيَاةٍ، وَفِيْ الآخِرَةِ فَوْتُ النَّجَاةِ وَالنَّعِيْمِ، وَالرُّجُوْعُ بِالْخُسْرَانِ الْمُبِيْنِ

Artinya, kebutuhan primer merupakan kebutuhan yang harus ada untuk menegakkan kemaslahatan agama dan dunia. Apabila kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, kehidupan dunia dapat mengalami kerusakan dan ketidakteraturan, bahkan mengakibatkan hilangnya kehidupan.[14] Berdasarkan pemikiran tersebut, *hifz al-nafs* tidak hanya dapat dipahami sebagai larangan terhadap tindakan yang secara langsung mengancam nyawa, tetapi juga sebagai prinsip yang relevan untuk menilai tindakan yang berpotensi membahayakan kesehatan dan keselamatan manusia. Al-Syathibi menjelaskan bahwa kebutuhan *daruriyyat* merupakan kebutuhan mendasar yang keberadaannya menentukan keberlangsungan kemaslahatan agama dan dunia. Apabila kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, kehidupan manusia dapat mengalami kerusakan, ketidakteraturan, bahkan kehilangan jiwa.[15] Kerangka pemikiran tersebut menempatkan perlindungan terhadap kehidupan manusia sebagai salah satu kepentingan fundamental dalam penerapan hukum Islam.

Salah satu unsur pokok *maqashid syariah* adalah *hifz al-nafs*, yaitu pemeliharaan dan perlindungan jiwa manusia. Konsep ini tidak hanya berkaitan dengan larangan melakukan tindakan yang secara langsung menghilangkan nyawa, tetapi juga dapat digunakan untuk memahami pentingnya mencegah keadaan yang berpotensi mengancam kesehatan dan keselamatan manusia.[16] Dalam kegiatan jual beli, *hifz al-nafs* berkaitan dengan upaya menjaga keamanan barang yang dikonsumsi, memberikan informasi yang cukup kepada konsumen, dan mencegah tindakan yang dapat

---

[13] Abu Ishaq Ibrahim Ibn Musa Ibn Muhammad Al-Syatibi, *Al-Muwafaqat Fi Ushul Al-Shari'ah*, *Dar Ibn Affan*, Jilid 2 (Al-Khobar: Dār Ibn ʻAffān, 1997).

[14] Al-Syatibi.

[15] Abu Ishaq Ibrahim ibn Musa ibn Muhammad Al-Syatibi, *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Shari'ah*, *Dar Ibn Affan*, Jilid 2 (Al-Khobar: Dār Ibn ʻAffān, 1997).

[16] Abd. Muqit, "Mashalah Dalam Maqashid Syariah," *Ta'wiluna: Jurnal Ilmu Al Qur'an, Tafsir Dan Pemikiran Islam* 3, no. 1 (2022): 1–13.

merugikan mereka.[17] Karena itu, *hifz al-nafs* dapat digunakan sebagai dasar untuk menilai apakah kegiatan perdagangan sudah memperhatikan keselamatan dan kepentingan konsumen.

Relevansi *hifz al-nafs* dalam perlindungan konsumen dapat dipahami melalui hubungan antara kemaslahatan dan pencegahan kemudaratan. Konsumen tidak hanya berkepentingan memperoleh barang yang telah dibayar, tetapi juga membutuhkan jaminan bahwa barang tersebut aman digunakan atau dikonsumsi serta disertai informasi yang benar mengenai kondisi dan karakteristiknya.[18] Apabila informasi produk tidak memadai atau penanganan barang dilakukan dengan mengabaikan aspek keamanan, konsumen dapat menghadapi kesulitan dalam menilai risiko sebelum melakukan transaksi. Oleh karena itu, perlindungan konsumen tidak cukup dipahami sebagai perlindungan atas kepentingan ekonomi, melainkan juga sebagai upaya menjaga kesehatan, keselamatan, dan kemampuan konsumen mengambil keputusan secara sadar.[19] Oleh karena itu dalam sistem *maqashid syariah* menempatkan tujuan hukum Islam sebagai kerangka yang membantu memahami hukum secara menyeluruh, dengan memperhatikan hubungan antarkomponen dan kemaslahatan yang hendak dicapai.[20] Dalam perlindungan konsumen, pendekatan ini memungkinkan keamanan produk, informasi, perilaku pelaku usaha, dan hak konsumen dipahami sebagai aspek yang saling berhubungan. Informasi yang benar, misalnya, tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kewajiban administratif, tetapi juga membantu konsumen mengenali produk dan mempertimbangkan kesesuaiannya dengan kebutuhan serta keselamatannya.

Dalam hal penjualan susu bubuk hasil *repackaging* melalui marketplace, *hifz al-nafs* dapat digunakan untuk menilai pentingnya menjaga keamanan produk dan mempertahankan informasi yang diperlukan konsumen setelah produk dipindahkan dari kemasan aslinya. Pengemasan ulang tidak dengan sendirinya menunjukkan adanya pelanggaran atau ancaman terhadap jiwa. Penilaiannya bergantung pada cara pengemasan dilakukan, kondisi dan keamanan produk, kesesuaian bahan kemasan, serta ketersediaan keterangan yang diwajibkan oleh peraturan. Apabila pengemasan ulang menyebabkan informasi penting hilang atau proses penanganan mengabaikan keamanan pangan, keadaan tersebut dapat menimbulkan persoalan dari perspektif kemaslahatan konsumen.

Kerangka *hifz al-nafs* tersebut sejalan dengan prinsip perlindungan konsumen dalam hukum positif Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengakui hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang. Undang-undang yang sama juga membebankan kewajiban kepada pelaku usaha untuk menyampaikan informasi tersebut secara benar dan jujur.[21] Melalui Undang-Undang Nomor 18 Tahun

[17] Muhammad Ulul Azmi, "The Consumption Behavior of Moslem: A Maqashid Shariah Approach toward Foundational Consumptioan Theory in Islam Economics," *AL-FALAH : Journal of Islamic Economics* 4, no. 2 (2019): 197–210.

[18] Nilfatri Nilfatri, Ahmad Syukri, and Ramlah Ramlah, "Implementation of Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection in Online Buying and Selling Practices: A Maqashid Shariah Perspective," *Journal of Law, Politic and Humanities* 6, no. 1 (2025): 8–18.

[19] Nilfatri, Syukri, and Ramlah.

[20] J Auda, *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach* (International Institute of Islamic Thought, 2008).

[21] Republik Indonesia, "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.".

2012 tentang Pangan beserta ketentuan pelaksanaannya mengatur aspek keamanan pangan dan pelabelan sesuai ruang lingkup masing-masing.[22] Ketentuan-ketentuan tersebut memperlihatkan bahwa perlindungan terhadap konsumen diwujudkan melalui kewajiban yang dapat dinilai berdasarkan norma hukum, sedangkan *hifz al-nafs* menjelaskan nilai kemaslahatan yang mendasari pentingnya perlindungan tersebut.

Meskipun demikian, *hifz al-nafs* tidak dapat digunakan secara langsung untuk menetapkan bahwa suatu pelaku usaha telah melakukan pelanggaran hukum. Prinsip ini berfungsi sebagai kerangka untuk memahami tujuan perlindungan, sedangkan penentuan pelanggaran harus didasarkan pada ketentuan yang berlaku dan fakta yang dapat dibuktikan. Demikian pula, adanya perbedaan antara kemasan asli dan kemasan hasil *repackaging* belum cukup untuk menyimpulkan bahwa produk telah tercemar, mengalami penurunan mutu, atau menyebabkan gangguan kesehatan. Kesimpulan mengenai kondisi tersebut memerlukan bukti yang relevan. Dokumentasi marketplace yang hanya memperlihatkan kemasan atau informasi terbatas dapat menjadi titik awal analisis, tetapi harus dibedakan dari bukti mengenai proses pengemasan, keamanan produk, dan kerugian yang benar-benar terjadi.

Berdasarkan uraian tersebut, *hifz al-nafs* dalam *maqashid syariah* dapat diposisikan sebagai kerangka perlindungan konsumen yang berorientasi pada pemeliharaan kesehatan dan keselamatan manusia. Penerapannya dalam penjualan susu bubuk hasil *repackaging* menuntut perhatian terhadap keamanan produk, kecukupan informasi, dan pencegahan kemudaratan, tanpa menganggap bahwa setiap pengemasan ulang pasti melanggar hukum. Dengan menghubungkan tujuan kemaslahatan dalam hukum Islam dengan ketentuan perlindungan konsumen dalam hukum positif, analisis ini dapat menilai praktik perdagangan secara lebih proporsional, yaitu dengan membedakan nilai yang hendak dilindungi, kewajiban hukum yang berlaku, dan fakta yang benar-benar dapat dibuktikan.

1. Ketentuan Hukum Positif Mengenai Keamanan Pangan, Pelabelan, dan Perlindungan Konsumen

Ketentuan hukum mengenai peredaran produk susu kemasan di Indonesia bertujuan menjamin keamanan pangan serta melindungi hak konsumen. Pengaturan tersebut menjadi dasar dalam menilai kesesuaian praktik peredaran produk susu, termasuk susu curah yang dikemas ulang, dengan hukum yang berlaku. Ketentuan tersebut diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan, yaitu :

a. Keamanan pangan dan kegiatan pengemasan ulang

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan menjadi dasar utama dalam menilai kewajiban menjaga keamanan pangan. Pasal 67 menempatkan keamanan pangan sebagai upaya untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, atau membahayakan kesehatan manusia. Pasal 71 mewajibkan pihak yang menyelenggarakan kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan memenuhi persyaratan sanitasi serta menjamin keamanan pangan.[23] Ketentuan ini relevan terhadap pengemasan ulang karena pembukaan kemasan dan pemindahan produk merupakan bagian dari penanganan pangan yang perlu dinilai berdasarkan persyaratan keamanan yang berlaku.

[22] Republik Indonesia, "Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan" (n.d.).

[23] Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, Pasal 67, Pasal 71, Pasal 96–99.

Dalam menilai kegiatan tersebut peneliti membedakan antara kewajiban menjaga keamanan pangan dan bukti bahwa kewajiban itu telah dilanggar. Dokumentasi halaman marketplace dapat menunjukkan bahwa produk ditawarkan dalam kemasan berbeda dari kemasan asal, tetapi tidak dapat memastikan kondisi tempat pengemasan, kebersihan peralatan, atau prosedur sanitasi yang digunakan. Karena itu, perubahan kemasan tidak cukup untuk menyimpulkan adanya pelanggaran sanitasi. Kesimpulan tersebut memerlukan data yang lebih langsung, seperti keterangan proses pengemasan, dokumen pengawasan, atau hasil pemeriksaan yang relevan.

Status peraturan menentukan dasar hukum yang dapat digunakan dalam analisis. PP Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu, dan Gizi Pangan telah dicabut dan dinyatakan tidak berlaku oleh PP Nomor 86 Tahun 2019 tentang Keamanan Pangan. PP Nomor 86 Tahun 2019 kemudian diubah dengan PP Nomor 1 Tahun 2026. Oleh sebab itu, Pasal 20 PP Nomor 28 Tahun 2004 hanya dapat digunakan sebagai konteks historis, bukan sebagai ketentuan yang berlaku saat ini.

Pasal 20 PP Nomor 28 Tahun 2004 pernah mengatur larangan membuka kemasan akhir pangan untuk dikemas kembali dan diperdagangkan, dengan pengecualian tertentu. Namun, karena PP tersebut telah dicabut, ketentuan itu tidak dapat digunakan sebagai dasar hukum yang berlaku untuk menyimpulkan bahwa praktik pengemasan ulang susu bubuk saat ini dilarang. Penilaian terhadap praktik konkret perlu didasarkan pada peraturan yang berlaku, karakteristik produk, bentuk kegiatan usaha, persyaratan keamanan pangan, dan ketentuan teknis yang relevan.

Dengan demikian persoalan hukum penelitian ini bukan semata-mata apakah susu bubuk dijual dalam kemasan yang berbeda, melainkan apakah praktik pengemasan ulang dan peredaran produk tersebut memenuhi kewajiban keamanan pangan dan pelabelan yang berlaku. Pengemasan ulang sebagai kegiatan perlu dibedakan dari ketidakpatuhan terhadap kewajiban hukum dan dari risiko kesehatan yang mungkin timbul. Kesimpulan bahwa suatu praktik melanggar hukum hanya dapat dirumuskan setelah ketentuan yang relevan diidentifikasi dan fakta yang tersedia menunjukkan adanya ketidakpatuhan.

b. Kewajiban pelabelan pangan

Selain keamanan produk, pelabelan merupakan aspek penting dalam perlindungan konsumen. Pasal 96 Undang-Undang Pangan menegaskan bahwa pencantuman label bertujuan memberikan informasi yang benar dan jelas kepada masyarakat mengenai setiap produk pangan yang dikemas sebelum diperdagangkan. Pasal 97 mengatur kewajiban pencantuman label pada pangan yang diproduksi untuk diperdagangkan beserta keterangan yang diwajibkan sesuai ketentuan.[24] Informasi label membantu konsumen mengenali produk dan mempertimbangkan kesesuaiannya dengan kebutuhan sebelum membeli atau mengonsumsi.

Ketentuan teknis mengenai label pangan olahan diatur dalam Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018, sebagaimana telah diubah melalui Peraturan BPOM Nomor 20 Tahun 2021 dan Peraturan BPOM Nomor 6 Tahun 2024.[25] Penerapannya harus memperhatikan kategori pangan, bentuk peredaran, dan ketentuan teknis yang berlaku

[24] Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2026 Tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 86 Tahun 2019 Tentang Keamanan Pangan.

[25] Republik Indonesia, Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia, Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan, Sebagaimana Diubah Dengan Peraturan BPOM Nomor 20 Tahun 2021 Dan Peraturan BPOM Nomor 6 Tahun 2024.

bagi produk terkait. Karena itu, penelitian tidak boleh langsung mengasumsikan bahwa setiap keterangan pada kemasan asal selalu harus dipindahkan dengan bentuk yang persis sama ke kemasan baru tanpa terlebih dahulu memeriksa ketentuan yang relevan.

Dalam kasus pengemasan ulang susu bubuk, pemeriksaan label setidaknya perlu diarahkan pada nama produk, komposisi, berat bersih, identitas pihak yang bertanggung jawab, kode dan tanggal produksi, keterangan kedaluwarsa, serta informasi lain yang diwajibkan bagi produk tersebut. Informasi alergen juga relevan apabila diwajibkan oleh ketentuan yang berlaku atau dibutuhkan untuk mengidentifikasi karakteristik pangan. Penelitian perlu mencatat informasi yang benar-benar terlihat pada seluruh bagian kemasan dan membandingkannya dengan persyaratan hukum, bukan hanya membandingkan tampilan kemasan asli dan kemasan hasil pengemasan ulang.

Pasal 99 UU Pangan juga relevan dalam menilai tindakan tertentu terhadap label, seperti penghapusan, pencabutan, penutupan, penggantian, atau pelabelan kembali dalam keadaan yang dilarang oleh ketentuan tersebut. Namun, penerapannya memerlukan identifikasi perbuatan konkret yang dilakukan. Perbedaan antara kemasan asli dan kemasan baru saja tidak otomatis membuktikan bahwa telah terjadi tindakan yang dilarang Pasal 99. Peneliti harus menilai apakah fakta yang tersedia benar-benar memenuhi unsur norma yang dirujuk.

Dengan demikian apabila suatu kemasan hasil *repackaging* hanya menampilkan nama produk, sedangkan informasi lain tidak tampak dalam dokumentasi, temuan itu dapat menjadi indikasi awal keterbatasan informasi. Kesimpulan mengenai pelanggaran baru dapat dirumuskan setelah dipastikan bahwa dokumentasi mencakup seluruh kemasan dan bahwa informasi yang tidak ditemukan memang diwajibkan oleh ketentuan yang berlaku.

c. Perlindungan konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan landasan untuk menilai hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Pasal 4 huruf a mengatur hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang; Pasal 4 huruf c mengatur hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur. Sementara itu, Pasal 7 huruf b mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang. Pasal 8 dapat digunakan apabila barang yang diperdagangkan tidak memenuhi standar atau ketentuan yang dipersyaratkan, termasuk ketentuan yang relevan mengenai informasi produk.[26]

Dalam penjualan susu bubuk hasil *repackaging*, hak atas informasi berkaitan dengan kemampuan konsumen mengetahui produk yang dibeli dan pihak yang bertanggung jawab terhadapnya. Apabila informasi pada kemasan baru tidak memadai, konsumen mungkin mengalami kesulitan dalam memeriksa komposisi, masa simpan, berat bersih, atau keterangan lain yang diwajibkan. Namun, kesimpulan mengenai pelanggaran tetap harus ditautkan dengan kewajiban hukum yang spesifik. Tidak semua keterangan yang tidak terlihat dalam satu foto otomatis berarti pelaku usaha melanggar hukum, sebab informasi mungkin berada pada sisi kemasan lain atau tunduk pada ketentuan khusus.

[26] Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4, Pasal 7, Pasal 8, Pasal 19, dan Pasal 45.

Deskripsi produk pada marketplace juga perlu diperiksa secara terpisah dari label fisik. Keterangan pada halaman penjualan dapat membantu memahami informasi yang disampaikan penjual, tetapi tidak serta-merta menggantikan kewajiban pelabelan pada kemasan apabila peraturan mensyaratkan keterangan tertentu dicantumkan pada label. Penilaian terhadap potensi informasi menyesatkan juga perlu memperhatikan apakah foto dan deskripsi listing menimbulkan kesan bahwa produk masih berada dalam kemasan asli produsen, padahal isi telah dipindahkan oleh pihak lain. Penilaian semacam itu membutuhkan bukti konkret dari listing dan, apabila tersedia, keterangan mengenai produk yang benar-benar diterima konsumen.

Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen mengatur tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen yang timbul akibat barang atau jasa yang diperdagangkan sesuai ketentuan yang berlaku. Pasal 45 menyediakan kerangka penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan atau di luar pengadilan.[27] Oleh karena itu, ganti rugi tidak dapat dinyatakan otomatis hanya karena suatu produk dikemas ulang atau karena labelnya terlihat terbatas. Pertanggungjawaban perlu dinilai berdasarkan fakta kerugian, hubungan dengan barang yang diperdagangkan, dan ketentuan hukum yang relevan.

2. Dokumentasi Produk Susu Bubuk Hasil Repackaging di Marketplace

Dokumentasi marketplace dikumpulkan dengan menelusuri listing susu bubuk bermerek MILO pada Platform Lazada. Listing dipilih berdasarkan kriteria [isi kriteria yang benar-benar digunakan], dan diamati pada [tanggal atau periode pengamatan]. Data yang dicatat meliputi nama produk, ukuran kemasan, bentuk wadah, informasi label yang terlihat, nama toko atau identitas penjual, tautan atau identitas listing, serta tanggal observasi.

Dokumentasi disimpan dalam bentuk tangkapan layar halaman produk dan bagian kemasan yang relevan. Listing yang tidak dapat diverifikasi tidak digunakan sebagai dasar penarikan kesimpulan. Data yang perlu dicatat meliputi nama produk, ukuran kemasan yang ditawarkan, bentuk wadah, informasi label yang tampak, nama toko atau identitas penjual sebagaimana tercantum pada halaman penjualan, tautan atau identitas listing, dan tanggal observasi.

Tabel 1. Deskripsi Susu Milo Asli dan *Repackaging* di *Marketplace*

Jenis produk	Ukuran kemasan	Deskripsi Produk	Sumber Marketplace	Tanggal pengamatan	Foto Produk
MILO asli	1 kg	Kemasan susu MILO ukuran 1 kg menampilkan informasi produk yang meliputi merek, nama produk, dan berat bersih. Pada bagian label kemasan terdapat informasi komposisi yang menjelaskan bahan-bahan penyusun produk, serta 106azad informasi nilai gizi yang mencantumkan kandungan energi, protein, lemak, karbohidrat, gula, vitamin, dan mineral sesuai dengan yang tertera pada label. Selain itu, kemasan mencantumkan tanggal	https://tk.tokopedia.com/ZsgVym529//	16 Mei–3 Juni 2026	

[27] Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label Dan Iklan Pangan.

		kedaluwarsa (expired date/EXP) dan kode produksi sebagai informasi mengenai masa simpan serta identifikasi produk. Terdapat pula petunjuk penyajian dan penyimpanan untuk menjaga kualitas produk, informasi produsen atau distributor, barcode, serta keterangan 107azada107n dan sertifikasi apabila tersedia. Secara keseluruhan, informasi yang tercantum pada kemasan berfungsi sebagai sarana identifikasi produk sekaligus memberikan informasi kepada konsumen mengenai komposisi, kandungan gizi, keamanan, dan masa layak konsumsi produk.			
MILO repack aging	500 gram dan 250 gram	Terlihat: nama/merek MILO dan berat bersih. Tidak terlihat pada foto yang diamati: komposisi, identitas produsen/pengemas, nomor izin edar, kode produksi, tanggal kedaluwarsa, petunjuk penyimpanan.	Lazada: https://s.lazada.co.id/s.ZlsIpd	16 Mei–3 Juni 2026	

Tabel 1.2 Deskripsi Susu Dancow Asli dan *Repackaging* di *Marketplace*

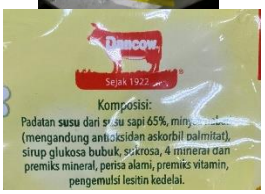
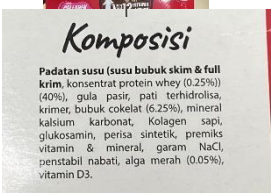
Dancow asli	1 kg	Dancow, nama atau varian produk, serta berat bersih sebesar 1 kg. Pada bagian belakang atau samping kemasan biasanya terdapat informasi komposisi yang menjelaskan bahan-bahan penyusun susu, serta tabel informasi nilai gizi yang mencantumkan kandungan energi, protein, lemak, karbohidrat, gula, vitamin, dan mineral sesuai dengan varian produk. Kemasan juga memuat informasi tanggal kedaluwarsa (expired date/EXP) dan kode produksi sebagai identitas serta acuan masa simpan produk. Selain itu, terdapat keterangan nama dan alamat produsen atau distributor, nomor izin edar BPOM, logo halal jika tercantum, barcode, serta petunjuk penyajian dan penyimpanan. Informasi pada kemasan berfungsi untuk membantu konsumen mengenali produk dan mengetahui kandungan serta cara penggunaan yang sesuai.	Shopee : https://id.shp.ee/skvgcZns	30 September – 06 Oktober 2026	

Dancow repackaging	250 gram	Terlihat: nama/merek Dancow dan berat bersih. tidak terlihat pada foto yang diamati: komposisi, identitas produsen/pengemas, nomor izin edar, kode produksi, tanggal kedaluwarsa, petunjuk penyimpanan..	https://id.shp.ee/amU7odT8	30 September – 06 Oktober 2026	

Tabel 1.3 Deskripsi Susu Dancow Asli dan *Repackaging* di *Marketplace*

HILO asli	750 gram	Kemasan susu HiLo asli ukuran 750 gram menampilkan informasi identitas produk, seperti merek HiLo, nama varian produk, dan berat bersih sebesar 750 gram. Salah satu produk HiLo dengan ukuran tersebut adalah HiLo Active rasa cokelat, yang dikenal sebagai susu tinggi kalsium dan lebih rendah lemak. Pada bagian belakang atau samping kemasan terdapat informasi komposisi, tabel informasi nilai gizi, serta keterangan kandungan vitamin dan mineral sesuai varian produk. Kemasan juga mencantumkan tanggal kedaluwarsa (EXP), kode produksi, petunjuk penyajian dan penyimpanan, serta informasi produsen atau distributor. Selain itu, terdapat nomor izin edar BPOM, informasi alergen, barcode, dan keterangan sertifikasi apabila tercantum pada label.	Shopee : https://id.shp.ee/4c9n88BR	30 September – 06 Oktober 2026	
HILO repackaging	250 gram	Terlihat: nama/merek Hilo dan berat bersih. tidak terlihat pada foto yang diamati: komposisi, identitas produsen/pengemas, nomor izin edar, kode produksi, tanggal kedaluwarsa, petunjuk penyimpanan..	https://www.facebook.com/share/19omeD5DsR/?mibextid=wwXIfr	30 September – 06 Oktober 2026	

Sumber: dokumentasi marketplace yang dikumpulkan peneliti.

Informasi yang ada di kemasan asli	Susu Milo	Susu Dancow	Susu Hilo
Kemasan Asli			
Komposisi			

Tanggal Kedaluwarsa dan Kode Produksi			
Nomor Izin Edar BPOM dan Identitas Produsen			
Petunjuk Penyimpanan			

Berdasarkan bahan yang tersedia, temuan visual yang dapat dijelaskan adanya perbedaan antara kemasan asli MILO, Dancow dan Hilo kemasan hasil pengemasan ulang yang didokumentasikan. Pada contoh tersebut, kemasan *repackaging* tampak menggunakan *standing pouch* transparan dan stiker yang menampilkan nama produk, sementara sejumlah keterangan pada kemasan asal tidak terlihat dalam dokumentasi kemasan baru. Temuan ini relevan untuk memeriksa kecukupan informasi produk, tetapi tidak dengan sendirinya membuktikan pelanggaran hukum.

3. Risiko Peredaran Susu Curah Repackaging Di Marketplace

Susu merupakan salah satu bahan pangan yang memiliki kandungan nutrisi tinggi seperti protein, lemak, vitamin, dan mineral. Namun, kandungan tersebut juga menjadikan susu sebagai media yang mudah mengalami kerusakan apabila tidak ditangani dengan baik. Susu termasuk produk pangan yang bersifat mudah rusak (*perishable food*) karena kandungan air dan zat gizinya dapat mendukung pertumbuhan mikroorganisme. Oleh sebab itu, keamanan susu sangat bergantung pada proses penanganan, penyimpanan, dan pengemasan sejak tahap produksi hingga sampai kepada konsumen (Codex Alimentarius Commission, 2004). Di marketplace kita sering menemukan penjualan susu curah yang dilakukan melalui proses *repackaging* (pengemasan ulang).

Produk susu curah MILO, Dancow, dan HILO yang menjadi objek kajian penelitian ini yang dipasarkan melalui marketplace, ditemukan praktik penjualan susu yang telah dikemas ulang (*repackaging*) ke dalam kemasan berukuran lebih kecil. Produk asli dipasarkan oleh pabrikan dalam kemasan 1,8 kg dan 1 kg, kemudian dibuka dan dikemas kembali oleh penjual ke dalam kemasan baru dengan 500 gram dan 250 gram untuk diperdagangkan melalui marketplace. Produk tersebut dipasarkan kembali menggunakan kemasan baru sehingga berbeda dengan kemasan asli yang diproduksi oleh pabrikan.

"Snack *repack* merupakan proses mengubah kemasan suatu produk dari kemasan aslinya menjadi kemasan baru dengan ukuran-ukuran yang lebih kecil atau praktis, biasanya dalam takaran gram atau kilogram yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk dan harga jual dari produk tersebut menjadi lebih

terjangkau yang memudahkan konsumen tidak perlu membeli dalam jumlah besar".[28] Praktik tersebut memiliki kesamaan dengan penjualan susu MILO, Dancow, dan HILO melalui *marketplace*, di mana produk dipasarkan dalam kemasan yang lebih kecil dibandingkan kemasan aslinya. Selanjutnya, pelaku usaha membuka kemasan asli, memindahkan isi susu ke dalam plastik transparan sesuai ukuran yang akan dipasarkan, kemudian menyegel kemasan menggunakan *heat sealer*. Setelah proses tersebut selesai, produk dipasarkan kembali melalui marketplace dengan mencantumkan foto produk dan keterangan berat yang dijual. Dalam praktiknya, informasi pada kemasan asli, seperti tanggal kedaluwarsa, komposisi, nomor izin edar BPOM, identitas produsen, kode produksi, dan petunjuk penyimpanan, sering kali tidak dicantumkan kembali pada kemasan baru sehingga sebagian informasi penting mengenai keamanan pangan tidak lagi tersedia bagi konsumen.

Contoh produk hasil repackaging yang peneliti temukan di *marketplace* adalah susu MILO berbeda dengan kemasan asli dengan kemasan repackaging dikemas menggunakan standing pouch transparan dan hanya ditempelkan stiker yang memuat nama produk "MILO". Berbeda dengan kemasan asli, kemasan tersebut tidak mencantumkan komposisi, tanggal kedaluwarsa, nomor izin edar BPOM, identitas produsen, kode produksi, maupun petunjuk penyimpanan. Dengan kondisi tersebut, konsumen hanya memperoleh informasi mengenai nama produk tanpa memperoleh informasi yang memadai mengenai keamanan dan mutu produk.

Oleh karena itu, *praktik* repackaging susu curah menimbulkan beberapa Risiko yang dapat mengurangi jaminan perlindungan konsumen dan bertentangan dengan prinsip *Hifz al-Nafs*, yaitu sebagai berikut:

a. Risiko Kontaminasi Mikroorganisme

Susu merupakan salah satu produk pangan yang mudah mengalami kerusakan sehingga memerlukan penanganan yang higienis sejak proses produksi hingga dikonsumsi. Pada praktik *repackaging*, kemasan asli susu dibuka dan dipindahkan ke kemasan lain. Proses tersebut dapat meningkatkan Risiko masuknya mikroorganisme apabila dilakukan tanpa memperhatikan kebersihan alat, tempat, maupun tangan yang melakukan pengemasan.[29]

Kontaminasi dapat berasal dari udara, peralatan yang kurang bersih, maupun lingkungan sekitar selama proses pengemasan ulang. Mikroorganisme seperti *Escherichia coli, Salmonella spp., dan Staphylococcus aureus* merupakan bakteri yang sering ditemukan pada produk susu yang tidak ditangani sesuai standar higiene sanitasi. Bakteri tersebut dapat menyebabkan gangguan kesehatan seperti diare, keracunan makanan, dan infeksi saluran pencernaan.[30] Kondisi tersebut dalam perspektif *Hifz al-Nafs* menunjukkan adanya kemudaratan karena tidak terpenuhinya jaminan keamanan pangan dan informasi yang lengkap, sehingga dapat menimbulkan Risiko bagi kesehatan konsumen.

b. Tidak Diketahuinya Masa Simpan Produk

Informasi mengenai tanggal produksi, tanggal kedaluwarsa, dan cara penyimpanan merupakan bagian penting dalam menjamin keamanan pangan. Pada

[28] Nari Ratih, *"Transaksi Jual Beli Snack Repack Tanpa Label Halal Dan Tanggal Kadaluwarsa Di Platform Jual Beli Online (Studi Kasus Pada Platorm Shopee)"* (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2024),hlm 2.

[29] Stephen P Oliver Et Al., *"Food Safety Hazards Associated With Consumption Of Raw Milk.," Foodborne Pathogens And Disease* 6, No. 7 (September 2009): 793–806.

[30] Oliver Et Al.

praktik *repackaging* susu, informasi tersebut sering kali tidak dicantumkan kembali sehingga konsumen tidak mengetahui apakah produk masih layak dikonsumsi atau telah mengalami penurunan mutu.[31]

Penyimpanan susu yang tidak sesuai dapat mempercepat pertumbuhan mikroorganisme dan menurunkan kualitas produk.[32] Oleh karena itu, informasi mengenai masa simpan sangat diperlukan agar konsumen dapat menggunakan produk secara aman. Ketiadaan informasi mengenai masa simpan produk meningkatkan Risiko kesehatan karena konsumen tidak memperoleh informasi yang memadai untuk mengetahui kelayakan produk sebelum dikonsumsi.

c. Tidak Adanya Informasi Komposisi dan Kandungan Produk

Konsumen berhak memperoleh informasi mengenai masa simpan, komposisi dan kandungan produk. Informasi tersebut penting terutama bagi konsumen yang memiliki alergi terhadap protein susu sapi atau intoleransi laktosa.[33]

Pada produk susu yang telah dikemas ulang, informasi mengenai kandungan gizi, komposisi, maupun alergen sering kali tidak dicantumkan kembali. Akibatnya, konsumen tidak dapat memastikan apakah produk tersebut aman untuk dikonsumsi sesuai dengan kondisi kesehatannya. Pencantuman informasi produk menjadi salah satu bentuk perlindungan terhadap jiwa karena memberikan informasi yang memadai kepada konsumen untuk menghindari Risiko kesehatan akibat mengonsumsi produk yang tidak sesuai dengan kondisi tubuhnya.

d. Tidak Adanya Verifikasi Keamanan Setelah Pengemasan Ulang

Produk susu yang diproduksi oleh industri resmi telah melalui proses pengawasan untuk memastikan keamanan dan mutunya. Namun, setelah produk dibuka dan dikemas ulang oleh pelaku usaha lain, tidak selalu dilakukan pemeriksaan kembali terhadap kebersihan alat, tempat pengemasan, maupun kondisi produk .[34]

Proses pengemasan ulang yang dilakukan tanpa menerapkan prinsip higiene sanitasi menyebabkan keamanan produk menjadi sulit dipastikan. Kondisi tersebut dapat meningkatkan Risiko kontaminasi dan membahayakan kesehatan konsumen. Pengemasan ulang tanpa pengawasan keamanan menimbulkan kemudaratan sehingga tidak sejalan dengan tujuan syariat dalam menjaga keselamatan jiwa.

e. Perubahan Mutu Akibat Pergantian Kemasan

Kemasan memiliki fungsi penting dalam menjaga mutu dan keamanan susu selama penyimpanan. Kemasan asli dari produsen dirancang untuk melindungi produk dari paparan udara, cahaya, kelembapan, dan perubahan suhu yang dapat mempercepat kerusakan.

Praktik *repackaging* susu sering dipindahkan ke kemasan yang lebih sederhana sehingga perlindungan terhadap produk menjadi berkurang. Kondisi tersebut dapat menyebabkan perubahan rasa, aroma, maupun peningkatan jumlah mikroorganisme apabila penyimpanan tidak dilakukan dengan baik.[35] Penurunan mutu akibat

---

[31] Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan.

[32] *"Code Of Hygienic Practice For Milk And Milk Products (Cxc 57-2004),"* Codex Alimentarius Comission.

[33] Alessandro Fiocchi Et Al., *"World Allergy Organization (WAO) Diagnosis And Rationale For Action Against Cow's Milk Allergy (DRACMA) Guidelines Update - I - Plan And Definitions.,"* The World Allergy Organization Journal 15, No. 1 : 1-12.

[34] Codex Alimentarius Commission, *"General Principles Of Food Hygiene,"* .

[35] Food Safety Risk Analysis. *"A Guide For National Food Safety Authorities.,"* FAO Food And Nutrition Paper 87 (2006): 1–102.

pengemasan ulang dapat meningkatkan Risiko kesehatan konsumen sehingga pelaku usaha harus melaksanakan praktik tersebut sesuai dengan standar keamanan pangan.

4. Impelementasi Hifz al-Nafs Dalam Perlindungan Konsumen Repackaging Susu Curah

Praktik *repackaging* susu curah di *marketplace* yang tidak mencantumkan informasi penting mengenai produk dapat merugikan konsumen. Dalam perspektif *maqashid syariah*, kondisi tersebut tidak sejalan dengan prinsip *hifz al-nafs* karena dapat mengancam keamanan dan kualitas produk. Selain itu, dalam hukum positif Indonesia, pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur serta menjamin keamanan produk yang diperdagangkan.[36]

Imam al-Syathibi menjelaskan bahwa *Hifz al-Nafs* merupakan salah satu tujuan pokok (maqasid al-syari'ah) yang bertujuan menjaga jiwa manusia dengan mencegah segala bentuk kemudaratan dan mewujudkan kemaslahatan. Prinsip ini tidak hanya dimaknai sebagai perlindungan terhadap hilangnya nyawa, tetapi juga mencakup upaya menjaga kesehatan dan keselamatan manusia dari segala sesuatu yang dapat membahayakannya. Dalam konteks perlindungan konsumen, *hifz al-nafs* menghendaki agar setiap produk pangan yang diproduksi, dikemas, dan diperdagangkan memenuhi standar keamanan pangan serta memberikan informasi yang benar dan lengkap sehingga tidak menimbulkan Risiko bagi kesehatan konsumen.

Prinsip tersebut sejalan dengan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan yang mewajibkan setiap pangan yang diperdagangkan memenuhi persyaratan keamanan, mutu, dan pelabelan. Meskipun tidak mengatur secara khusus praktik repackaging susu curah, ketentuan tersebut tetap menjadi dasar bahwa setiap produk yang diperdagangkan harus aman dan layak dikonsumsi. Selain itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjamin hak konsumen atas keamanan, keselamatan, dan informasi yang benar dalam mengonsumsi barang.

Konsep *Hifz al-Nafs* menempatkan perlindungan konsumen sebagai upaya mencegah segala bentuk kemudaratan yang dapat membahayakan jiwa dan kesehatan. Bentuk perlindungan tersebut meliputi kewajiban pelaku usaha untuk menyediakan produk yang aman dikonsumsi, menjaga mutu dan keamanan pangan, serta memberikan informasi yang benar, jelas, dan lengkap kepada konsumen. Dengan demikian, konsumen memperoleh perlindungan dari Risiko kerugian maupun gangguan kesehatan akibat mengonsumsi produk yang tidak memenuhi standar keamanan pangan. Oleh karena itu, pelaku usaha yang melakukan repackaging susu curah wajib menjaga keamanan dan mutu produk serta mencantumkan informasi penting pada kemasan sebagai bentuk perlindungan konsumen yang sejalan dengan tujuan *Hifz al-Nafs*.

Pelaku usaha bertanggung jawab atas akibat dari produk yang diperdagangkan sebagai bentuk amanah dalam muamalah berdasarkan prinsip *Maqashid Syariah*. Tanggung jawab tersebut diwujudkan dengan memberikan informasi produk secara benar, jelas, dan lengkap, menghindari tindakan yang dapat menimbulkan kemudaratan, serta memberikan ganti rugi (daman), yang dalam fikih didefinisikan sebagai :

الضَّمَانُ هُوَ الِالْتِزَامُ بِتَعْوِيضِ الضَّرَرِ

[36] Zuhri A, *"Pertanggungjawaban Dalam Jual Beli Salam Menurut Mazhab Syafi'i (Studi Kasus Jual Beli Pesanan Di Kalangan Pedagang Wortel Pajak Sambu Dan Pajak Roga Berastagi)"* (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2017).

Artinya : *daman adalah kewajiban untuk memberikan kompensasi atau ganti rugi atas kerugian*.

apabila konsumen mengalami kerugian akibat kelalaian atau kesalahan pelaku usaha. Dengan demikian, hak konsumen tetap terlindungi dan tujuan hifz al-nafs serta hifz al-mal dapat terwujud.[37] Perlindungan konsumen dalam hukum Islam menempatkan pelaku usaha sebagai pihak yang bertanggung jawab untuk menjamin keamanan, kualitas, dan penyampaian informasi yang benar mengenai produk. Tanggung jawab tersebut didasarkan pada prinsip kejujuran ***(sidq)***, amanah, serta larangan *tadlis* dan *ghisy* dalam transaksi. Dalam praktik *repackaging* susu curah di *marketplace*, pelaku usaha wajib memastikan produk tetap aman, berkualitas, dan disertai informasi yang jelas sebagai bentuk perlindungan konsumen sekaligus implementasi maqasid syari'ah, khususnya *hifz al-nafs* serta *hifz al-mal*.[38] Maka, ada beberapa aspek terkait implementasi *hifz al-nafs* di dalam perlindungan konsumen di bidang pangan, yaitu :

a. Keamanan Pangan

Keamanan pangan merupakan unsur utama dalam *hifz al-nafs* karena makanan yang dikonsumsi harus terbebas dari bahaya biologis, kimia, maupun fisik yang dapat mengganggu kesehatan manusia. Susu merupakan bahan pangan yang kaya protein dan nutrisi sehingga menjadi media yang sangat baik bagi pertumbuhan mikroorganisme apabila penanganannya tidak dilakukan secara benar. Oleh sebab itu, keamanan produk susu sangat bergantung pada proses produksi, pengemasan, penyimpanan, hingga distribusinya.[39]

BPOM menjelaskan bahwa produk susu UHT diproses melalui teknologi Ultra High Temperature (UHT) dan dikemas secara aseptik sehingga keamanan, mutu, dan gizinya tetap terjaga selama kemasan masih utuh. Sebaliknya, apabila kemasan mengalami kerusakan atau dibuka, peluang masuknya mikroba menjadi lebih besar sehingga kualitas susu dapat menurun dan produk tidak lagi layak dikonsumsi.[40]

Proses pemindahan isi dari kemasan asli ke kemasan lain dalam praktik *repackaging* susu curah di marketplace, menghilangkan kondisi aseptik yang telah dirancang oleh produsen. Akibatnya, Risiko kontaminasi meningkat dan keamanan pangan tidak lagi dapat dijamin.[41] Kondisi ini bertentangan dengan prinsip *Hifz al-Nafs* karena membuka peluang terjadinya bahaya terhadap kesehatan konsumen.[42]

b. Kebersihan dan higienitas

Kebersihan dan higienitas merupakan salah satu bentuk perlindungan konsumen yang sejalan dengan tujuan *hifz al-nafs* dalam *maqashid syariah*. Prinsip ini menghendaki agar setiap produk pangan yang diproduksi, dikemas, disimpan, dan

---

[37] P D W Az-Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adilatuhu Jilid 5: Hukum Transaksi Keuangan; Transaksi Jual Beli Asuransi; Khiyar; Macam-Macam Akad Jual Beli Dan Akad Ijarah (Penyewaan)*, (Damaskus: Dar Al-Fikr, 2021).

[38] Maysarah Safitri And Sudirman Suparmin, *"Perlindungan Konsumen Atas Penggantian Produk Tanpa Kesepakatan Di Marketplace Shopee Perspektif Fatwa DSN-MUI No. 144/DSN-MUI/XII/2021," AL-SULTHANIYAH 14, No. 2 (2025): 434–45.*

[39] Badan Pengawas Obat Dan Makanan, *101 Tips Keamanan Pangan*, Cet-1 (Jakarta: Badan Pengawas Obat Dan Makanan, 2020).

[40] Badan Pengawas Obat Dan Makanan.

[41] Layla Salma Azahra Purwoko Syifa, "Pengaruh Suhu Dan Waktu Penyimpanan Terhadap Mutu Produk Susu UHT Setelah Dibuka Di PT XYZ" (Institut Pertanian Bogor Bogor, 2024).

[42] I Ghazali And A Z M Hammad, *Al Mustasfa Min Ilm Al Usul - Imam Ghazali* (Repro Books Limited, 2017).

dipasarkan tidak menimbulkan bahaya bagi kesehatan manusia.[43] Oleh karena itu produk yang dijual tidak cukup hanya berasal dari bahan yang halal, tetapi harus diproses, disimpan, dikemas, dan didistribusikan tanpa menimbulkan Risiko yang dapat membahayakan konsumen.[44] Oleh karena itu, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang dipasarkan telah memenuhi standar higiene dan sanitasi sehingga aman untuk dikonsumsi.[45]

Repackaging susu dipindahkan dari kemasan asli ke kemasan yang lebih kecil sebelum dipasarkan kembali. Proses tersebut dapat mengabaikan standar kebersihan sehingga meningkatkan Risiko kontaminasi mikroorganisme apabila dilakukan tanpa peralatan yang steril, lingkungan yang bersih, dan penerapan higiene pangan yang memadai.[46] Mengingat susu merupakan pangan yang kaya protein, lemak, air, vitamin, dan mineral sehingga menjadi media yang mudah ditumbuhi mikroorganisme apabila penanganan dan pengemasannya tidak sesuai dengan prinsip higiene pangan,[47] maka setiap tahapan pengemasan ulang harus menjaga kebersihan agar mutu dan keamanan produk tetap terjamin. Dengan demikian, praktik *repackaging* susu curah yang tidak disertai jaminan kebersihan dan higienitas bertentangan dengan prinsip *Hifz al-Nafs* karena dapat menimbulkan dharar bagi konsumen. Oleh sebab itu, penerapan standar higiene dalam proses pengemasan ulang merupakan bagian dari perlindungan konsumen sekaligus implementasi *Hifz al-Nafs* dalam kegiatan muamalah.[48]

Praktik *repackaging* susu curah dalam perspektif *Maqashid Syariah* yang tidak disertai jaminan kebersihan dan higienitas bertentangan dengan *prinsip Hifz al-Nafs*, karena membuka peluang timbulnya bahaya *(dharar)* bagi konsumen. Perlindungan terhadap jiwa tidak hanya diwujudkan melalui larangan mengonsumsi makanan yang berbahaya, tetapi juga melalui kewajiban pelaku usaha untuk menjaga keamanan produk sejak proses pengemasan hingga produk diterima oleh konsumen. Dengan demikian, penerapan standar higiene dalam proses *repackaging* merupakan bagian dari perlindungan konsumen yang sekaligus menjadi implementasi nilai *hifz al-nafs* dalam kegiatan muamalah[49].

c. Kualitas produk

Perlindungan terhadap jiwa juga diwujudkan melalui pemeliharaan mutu produk. Produk pangan yang telah mengalami penurunan kualitas dapat kehilangan kandungan gizinya atau bahkan menjadi tidak layak konsumsi.[50] Penelitian mengenai mutu susu UHT menunjukkan bahwa setelah kemasan dibuka, kualitas susu akan terus menurun seiring lamanya waktu penyimpanan. Perubahan tersebut dapat terjadi pada

[43] Azmi, "The Consumption Behavior of Moslem: A Maqashid Shariah Approach toward Foundational Consumptioan Theory in Islam Economics."

[44] Syafruddin Syam Et Al., *"Reevaluating The Legal Status Of Monosodium Glutamate Consumption: The Indonesian Ulema Council's Fatwas And Maqāṣid Al-Sharī'ah," Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam 18, No. 2 (2024): 289–302.*

[45] Badan Pengawas Obat Dan Makanan, *101 Tips Keamanan Pangan*.

[46] Badan Pengawas Obat Dan Makanan.

[47] P Walstra, J T M Wouters, and T J Geurts, *Dairy Science and Technology*, *]CRC Press*, second edi, 2005.

[48] Syam Et Al., *"Reevaluating The Legal Status Of Monosodium Glutamate Consumption: The Indonesian Ulema Council's Fatwas And Maqāṣid Al-Sharī'ah."*

[49] Ghazali And Hammad, *Al Mustasfa Min Ilm Al Usul - Imam Ghazali*.

[50] Auda, *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach*.

aspek mikrobiologi, organoleptik, maupun kimiawi sehingga penyimpanan setelah kemasan dibuka harus dilakukan pada suhu rendah sesuai petunjuk produsen.[51]

Konsumen tidak mengetahui kapan kemasan asli pertama kali dibuka, bagaimana cara penyimpanannya, maupun sudah berapa lama produk berada di luar kemasan aslinya. Ketidakjelasan tersebut menyebabkan mutu produk sulit dipastikan sehingga dapat meningkatkan Risiko kesehatan. Oleh karena itu, menjaga kualitas produk merupakan bagian dari implementasi *Hifz al-Nafs* karena bertujuan memastikan bahwa pangan yang dikonsumsi tetap aman, bergizi, dan tidak membahayakan Kesehatan.[52]

d. Informasi yang benar

Aspek lain yang sangat penting dalam perlindungan konsumen adalah hak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk pangan. Informasi tersebut meliputi komposisi produk, tanggal kedaluwarsa, petunjuk penyimpanan, identitas produsen, serta nomor izin edar BPOM. Informasi tersebut memungkinkan konsumen menilai keamanan suatu produk sebelum dikonsumsi.

Kedudukan konsumen cenderung lebih lemah dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen karena konsumen tidak selalu memiliki kemampuan untuk mengetahui secara menyeluruh kondisi dan kualitas produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, perlindungan konsumen diperlukan untuk mencegah terjadinya ketidakadilan dan kerugian akibat tindakan pelaku usaha. Dalam konteks *repackaging* susu curah, kondisi tersebut semakin terlihat ketika produk dikemas ulang tanpa mencantumkan informasi yang lengkap, sehingga konsumen tidak memiliki pengetahuan yang memadai mengenai kondisi dan keamanan produk yang dibelinya .[53]

Perlindungan konsumen dalam *marketplace* menempatkan konsumen sebagai pihak yang berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang yang diperdagangkan. Pelaku usaha juga tidak dibenarkan menghindari tanggung jawab terhadap produk yang dipasarkan karena bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen.[54] Prinsip tersebut juga berlaku terhadap praktik *repackaging* susu curah. Pelaku usaha yang mengemas ulang susu curah tetap berkewajiban memberikan informasi mengenai identitas produk, masa simpan, komposisi, dan cara penyimpanan agar hak konsumen tetap terlindungi, tanpa adanya informasi tersebut, konsumen tidak dapat mengetahui apakah produk masih layak dikonsumsi, bagaimana cara penyimpanannya, maupun siapa pihak yang bertanggung jawab apabila terjadi kerugian.[55]

BPOM melalui program Cek KLIK (Kemasan, Label, Izin Edar, dan Kedaluwarsa) mengimbau masyarakat agar selalu memeriksa kondisi kemasan, membaca label, memastikan izin edar, dan memperhatikan tanggal kedaluwarsa sebelum membeli produk pangan. Selain itu, BPOM mewajibkan pencantuman petunjuk penyimpanan,

---

[51] Layla Salma Azahra Purwoko Syifa, "*Pengaruh Suhu Dan Waktu Penyimpanan Terhadap Mutu Produk Susu UHT Setelah Dibuka Di PT XYZ"* (Institut Pertanian Bogor Bogor, 2024).

[52] Auda, *Maqasid Al-Shariah As Philosophy Of Islamic Law: A Systems Approach*.

[53] Zulham S.H.M.H., *Hukum Perlindungan Konsumen* (Prenada Media, 2017),.

[54] Habib Khairi And Tetty Tarigan, "Perlindungan Konsumen Terhadap Penghapusan Klausul Baku Akibat Ulasan Negatif Di Marketplace Shopee Perspektif Ibnu Taimiyah," *Riwayat: Educational Journal Of History And Humanities* 8 (2025): 3945–3955.

[55] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

termasuk cara penyimpanan setelah kemasan dibuka, pada produk pangan yang memerlukannya.[56]

Produk susu *repackaging* di *marketplace* sering kali dipasarkan menggunakan kemasan polos tanpa lebel asli sehingga informasi penting tersebut tidak tersedia. Akibatnya, konsumen kehilangan hak untuk melindungi dirinya dari Risiko kesehatan. Kondisi ini bertentangan dengan prinsip *Hifz al-Nafs* karena keselamatan jiwa tidak hanya dijaga melalui keamanan fisik produk, tetapi juga melalui pemberian informasi yang memungkinkan konsumen mengambil keputusan secara aman.[57]

Kondisi tersebut juga bertentangan dengan teori perlindungan konsumen yang menyatakan bahwa hak atas keamanan merupakan hak dasar setiap konsumen. Hak ini mengharuskan pelaku usaha menyediakan produk yang aman sekaligus memberikan informasi yang cukup agar konsumen terhindar dari bahaya selama menggunakan atau mengonsumsi produk.[58]

Pengemasan ulang susu tanpa memperhatikan kebersihan, keamanan produk, serta kelengkapan informasi dapat menimbulkan Risiko terhadap kesehatan konsumen. Hal tersebut bertentangan dengan prinsip *Hifz al-Nafs* menurut Imam al-Syathibi karena dapat menimbulkan kemudaratan terhadap jiwa manusia. Oleh sebab itu, perlindungan konsumen atas keamanan produk bukan hanya merupakan kewajiban pelaku usaha, tetapi juga merupakan bagian dari tujuan syariat Islam dalam menjaga kemaslahatan manusia.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, praktik *repackaging* susu curah MILO, Dancow, dan HILO yang diperdagangkan melalui *marketplace* dan tidak disertai pencantuman informasi produk secara lengkap belum memenuhi prinsip perlindungan konsumen, khususnya hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur. Ketidaklengkapan label juga berpotensi menimbulkan kemudaratan bagi konsumen sehingga belum sejalan dengan prinsip *Hifz al-Nafs* dalam *Maqashid Syariah*, yang menekankan perlindungan jiwa dan pencegahan kemudaratan.

Secara hukum praktik tersebut perlu memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai perlindungan konsumen dan pelabelan pangan sesuai dengan karakteristik serta status produk yang dikemas ulang. Penelitian ini menegaskan bahwa persoalan hukum terletak pada praktik *repackaging* dan pemenuhan kewajiban pelabelan oleh pelaku usaha, bukan pada merek atau produk susu itu sendiri. Kontribusi penelitian ini adalah mengintegrasikan perspektif hukum perlindungan konsumen dengan prinsip *Maqashid Syariah* untuk menegaskan pentingnya kelengkapan informasi pangan sebagai bentuk perlindungan hak konsumen. Oleh karena itu kepatuhan pelaku usaha terhadap ketentuan pelabelan dan penguatan pengawasan pemerintah terhadap perdagangan pangan melalui *marketplace* diperlukan untuk mewujudkan kepastian hukum dan kemaslahatan konsumen.

[56] Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan.
[57] Auda, *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach*.
[58] Shidarta Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: Grasindo, 2006).

DAFTAR PUSTAKA

A, Zuhri. "Pertanggungjawaban Dalam Jual Beli Salam Menurut Mazhab Syafi'i (Studi Kasus Jual Beli Pesanan Di Kalangan Pedagang Wortel Pajak Sambu Dan Pajak Roga Berastagi)." Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2017.

Aidri, Muhammad Syafiq, And Tetty Marlina Tarigan. "Perlindungan Konsumen Terhadap Pembeli Pisang Yang Berlapis Cat Pilox Perspektif Maqashid Syari'ah : (Studi Kasus Di Kecamatan Martubung, Kota Medan)." *Qanun: Journal Of Islamic Laws And Studies* 4, No. 3 (February 4, 2026): 1313–21. Https://Doi.Org/10.58738/Qanun.V4i3.1271.

Al-Syatibi, Abu Ishaq Ibrahim Ibn Musa Ibn Muhammad. *Al-Muwafaqat Fi Ushul Al-Shari'ah*. *Dar Ibn Affan*. Jilid 2. Al-Khobar: Dār Ibn ʻaffān, 1997. Https://Doi.Org/Lk - Https://Worldcat.Org/Title/37140768.

Auda, J. *Maqasid Al-Shariah As Philosophy Of Islamic Law: A Systems Approach*. International Institute Of Islamic Thought, 2008. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.2307/J.Ctvkc67tg.

Az-Zuhaili, P D W. *Fiqih Islam Wa Adilatuhu Jilid 5: Hukum Transaksi Keuangan; Transaksi Jual Beli Asuransi; Khiyar; Macam-Macam Akad Jual Beli Dan Akad Ijarah (Penyewaan)*. Jilid 5. Damaskus: Dar Al-Fikr, 2021. Https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Dvuoeaaaqbaj.

Azmi, Muhammad Ulul. "The Consumption Behavior Of Moslem: A Maqashid Shariah Approach Toward Foundational Consumptioan Theory In Islam Economics." *Al-Falah : Journal Of Islamic Economics* 4, No. 2 (December 16, 2019): 197–210. Https://Doi.Org/10.29240/Alfalah.V4i2.933.

Badan Pengawas Obat Dan Makanan. *101 Tips Keamanan Pangan*. Cet-1. Jakarta: Badan Pengawas Obat Dan Makanan, 2020. Https://Doi.Org/Https://Perpustakaan.Pom.Go.Id/Slims/Index.Php?P=Show_Detail&Id=28968&Keywords=.

Codex Alimentarius Commission. "Code Of Hygienic Practice For Milk And Milk Products (Cxc 57-2004)." *World Health Organization (Who) Dan Food And Agriculture Organization Of The United Nations (Fao)*, 2004. Https://Www.Fao.Org/Fao-Who-Codexalimentarius/Sh-Proxy/En/?Lnk=1&Url=Https%253a%252f%252fworkspace.Fao.Org%252fsites%252fcodex%252fstandards%252fcxc%2b57-2004%252fcxc_057e.Pdf&Utm.

World Health Organization (Who) Dan Food And Agriculture Organization Of The United Nations (Fao). "General Principles Of Food Hygiene." World Health Organization (Who) Dan Food And Agriculture Organization Of The United Nations (Fao), 2022. Https://Www.Fao.Org/Fao-Who-Codexalimentarius/Codex-Texts/Codes-Of-Practice/En/?Utm.

Danuaji, Reniko. "Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Pelabelan Menyesatkan Dalam Industri Pangan Olahan Di Indonesia: Indonesia." *Jurnal Hukum Respublica* 24, No. 2 (2025): 1–11. Https://Doi.Org/10.31849/Ffcdgs50.

Fiocchi, Alessandro, Antonio Bognanni, Jan Brożek, Motohiro Ebisawa, And Holger Schünemann. "World Allergy Organization (Wao) Diagnosis And Rationale For Action Against Cow's Milk Allergy (Dracma) Guidelines Update - I - Plan And Definitions." *The*

World Allergy Organization Journal 15, No. 1 (2022): 1–12. Https://Doi.Org/10.1016/J.Waojou.2021.100609.

"Food Safety Risk Analysis. A Guide For National Food Safety Authorities." *Food And Nutrition Paper* 87 (2006): Ix–Xii, 1–102.

Ghazali, I, And A Z M Hammad. *Al Mustasfa Min Ilm Al Usul - Imam Ghazali*. Repro Books Limited, 2017. Https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Rxq7zqeacaaj.

Khairi, Habib, And Tetty Tarigan. "Perlindungan Konsumen Terhadap Penghapusan Klausul Baku Akibat Ulasan Negatif Di Marketplace Shopee Perspektif Ibnu Taimiyah." *Riwayat: Educational Journal Of History And Humanities* 8 (2025): 3945–55. Https://Doi.Org/10.24815/Jr.V8i3.48072.

Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*. Iv. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Muhaimin. *Meode Penelitian Hukum*. 1st Ed. Mataram: Mataram University Press, 2020.

Muqit, Abd. "Mashalah Dalam Maqashid Syariah." *Ta'wiluna: Jurnal Ilmu Al Qur'an, Tafsir Dan Pemikiran Islam* 3, No. 1 (2022): 1–13. Https://Doi.Org/10.58401/Takwiluna.V3i1.593.

Na'ila, Aisy Anfa'an. "Perlindungan Hukum Konsumen Produk Makanan Repacking Persepektif Hukum Positif Dan Hukum Islam." *Visa: Journal Of Vision And Ideas* 4, No. 3 (August 21, 2024): 1999–2012. Https://Doi.Org/10.47467/Visa.V4i3.3674.

Nilfatri, Nilfatri, Ahmad Syukri, And Ramlah Ramlah. "Implementation Of Law Number 8 Of 1999 On Consumer Protection In Online Buying And Selling Practices: A Maqashid Shariah Perspective." *Journal Of Law, Politic And Humanities* 6, No. 1 (2025): 8–18. Https://Doi.Org/10.38035/Jlph.V6i1.2414.

Oliver, Stephen P, Kathryn J Boor, Steven C Murphy, And Shelton E Murinda. "Food Safety Hazards Associated With Consumption Of Raw Milk." *Foodborne Pathogens And Disease* 6, No. 7 (September 2009): 793–806. Https://Doi.Org/10.1089/Fpd.2009.0302.

Republik Indonesia, Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan.

Ratih, Nari. "Transaksi Jual Beli Snack Repack Tanpa Label Halal Dan Tanggal Kadaluwarsa Di Platform Jual Beli Online (Studi Kasus Pada Platorm Shopee)." Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2024. Https://Doi.Org/Https://Digilib.Uin-Suka.Ac.Id/Id/Eprint/69613/.

Republik Indonesia. Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia, Peraturan Bpom Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan, Sebagaimana Diubah Dengan Peraturan Bpom Nomor 20 Tahun 2021 Dan Peraturan Bpom Nomor 6 Tahun 2024.

Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2026 Tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 86 Tahun 2019 Tentang Keamanan Pangan.

Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label Dan Iklan Pangan.

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan.

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. (N.D.).

Safitri, Maysarah, And Sudirman Suparmin. "Perlindungan Konsumen Atas Penggantian Produk Tanpa Kesepakatan Di Marketplace Shopee Perspektif Fatwa Dsn-Mui No. 144/Dsn-Mui/Xii/2021." *Al-Sulthaniyah* 14, No. 2 (2025): 434–45. Https://Doi.Org/10.37567/Al-Sulthaniyah.V14i2.4180.

Shidarta, Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo, 2006.

Syam, Syafruddin, Cahaya Permata, Rizki Haris, And Maulidya Matondang. "Reevaluating The Legal Status Of Monosodium Glutamate Consumption: The Indonesian Ulema Council's Fatwas And Maqāṣid Al-Sharī'ah." *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam* 18, No. 2 (2024): 289–302. Https://Doi.Org/10.24090/Mnh.V18i2.11121.

Syifa, Layla Salma Azahra Purwoko. "Pengaruh Suhu Dan Waktu Penyimpanan Terhadap Mutu Produk Susu Uht Setelah Dibuka Di Pt Xyz." Institut Pertanian Bogor Bogor, 2024. Https://Doi.Org/Http://Repository.Ipb.Ac.Id/Handle/123456789/155758.

Walstra, P, J T M Wouters, And T J Geurts. *Dairy Science And Technology*. *]Crc Press*. Second Edi., 2005.

Zulham S.H.M.H. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Prenada Media, 2017. Https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Iwghdwaaqbaj.