



Pertanggungjawaban Hukum Platform E-Commerce terhadap Kehalalan Produk: Analisis Perlindungan Konsumen pada Transaksi Jual Beli Online (Studi Kasus TikTok Shop)

Amanda Dewi Ariesta

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Dzaqyar Rahmatul Iqbal

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Virda Rachma Mulya

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Mada Nafas Ramadhani

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Khansa Alfiah

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fikri Zakaria Wedatama

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Diana Setiawati

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Alamat: Jl. A. Yani, Mendungan, Pabelan, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo

Amanda Dewi Ariesta: C100230296@Student.ums.ac.id.

Abstract. *The development of digital technology has significantly transformed public transaction patterns through the emergence of e-commerce and social commerce platforms such as TikTok Shop, Shopee, Tokopedia, and Lazada. While these platforms offer convenience and efficiency, online trade also presents new challenges regarding the assurance of product halalness. In the Indonesian context, where the majority of the population is Muslim, halal assurance constitutes a fundamental consumer right protected under Law Number 33 of 2014 on Halal Product Assurance and Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection. This study aims to analyze the legal responsibility of e-commerce platforms as Electronic System Operators in relation to the circulation of non-halal-certified products, as well as to examine consumer protection mechanisms in ensuring the authenticity of halal certification on digital platforms. This research employs a normative juridical method with a qualitative approach through library research, analyzing statutory regulations, legal literature, and relevant studies. The results indicate that social commerce platforms bear both preventive and repressive*

Received December 13, 2025; Revised December 23, 2025; Accepted December 25, 2025

*Amanda Dewi Ariesta, C100230296@Student.ums.ac.id.

legal responsibilities in supervising, verifying, and responding to violations involving non-halal-certified products. Failure to exercise proper supervision may constitute culpa in vigilando, resulting in administrative and ethical liability. In conclusion, e-commerce platform accountability extends beyond formal legal obligations to include social responsibility and business ethics in safeguarding Muslim consumers' rights to halal products.

Keywords: Consumer Protection, Electronic Commerce, Halal Product Guarantee, Legal Responsibility

Abstrak. Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam pola transaksi masyarakat melalui kehadiran platform e-commerce dan social commerce seperti TikTok Shop, Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Meskipun memberikan kemudahan akses dan efisiensi, perdagangan daring juga menghadirkan tantangan baru terkait jaminan kehalalan produk yang beredar. Dalam konteks Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim, jaminan kehalalan merupakan hak konsumen yang dilindungi melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk pertanggungjawaban hukum platform e-commerce sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik terhadap peredaran produk tidak bersertifikat halal serta mekanisme perlindungan konsumen dalam menjamin keaslian sertifikat halal. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform e-commerce memiliki tanggung jawab preventif dan represif dalam melakukan pengawasan dan verifikasi produk halal. Kelalaian pengawasan dapat dikategorikan sebagai *culpa in vigilando* yang menimbulkan tanggung jawab administratif dan etis. Kesimpulannya, pertanggungjawaban hukum platform e-commerce tidak hanya bersifat legal formal, tetapi juga mencakup tanggung jawab sosial dan etika bisnis guna menjamin hak konsumen muslim terhadap produk halal.

Kata Kunci: Jaminan Produk Halal, Perdagangan Digital, Perlindungan Konsumen, Tanggung Jawab Hukum

LATAR BELAKANG

Perkembangan transaksi digital di Indonesia menunjukkan peningkatan yang terus membesar dan menjadi bagian tak terpisahkan dari pola konsumsi masyarakat. Fenomena ini menghadirkan kemudahan dalam memperoleh barang dan jasa, tetapi secara bersamaan menimbulkan persoalan hukum yang tidak dapat diabaikan. Pada tataran dasar ditemukan berbagai kasus yang muncul dari praktik jual beli daring seperti ketidaksesuaian barang dengan deskripsi, pengiriman yang tertunda, pembatalan sepihak oleh penjual, hingga penolakan pengembalian dana setelah konsumen melaporkan ketidaksesuaian produk. Kasus yang dianalisis dalam pembahasan juga menunjukkan bahwa sebagian konsumen menerima produk yang tidak sesuai klaim

penjual, sementara penjual justru menyalahkan sistem ekspedisi dan menolak mekanisme refund. Menurut Philipus M Hadjon kondisi semacam ini menggambarkan adanya ketidakpastian perlindungan hukum bagi konsumen karena posisi mereka menjadi semakin lemah dalam transaksi yang berbasis elektronik.

Pada sisi *das sollen* regulasi yang berlaku sebenarnya telah menetapkan kewajiban yang jelas bagi pelaku usaha. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan serta bertanggung jawab atas kerugian konsumen. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menetapkan asas transparansi akuntabilitas dan keandalan sebagai kerangka normatif dalam transaksi elektronik. Satjipto Rahardjo berpendapat bahwa hukum seharusnya tidak hanya dipahami sebagai teks normatif semata tetapi sebagai sarana untuk menghadirkan keadilan substantif bagi manusia. Oleh sebab itu ketidaksesuaian antara praktik faktual dan ketentuan normatif menunjukkan adanya jarak yang masih lebar antara hukum yang seharusnya berlaku dan kenyataan yang dihadapi konsumen dalam transaksi digital.

Hasil analisis atas beberapa kasus menunjukkan bahwa mekanisme perlindungan konsumen yang tersedia pada platform e-commerce belum memberikan kepastian yang memadai. Meskipun terdapat fitur komplain dalam kenyataannya konsumen sering menghadapi lambannya respons penyedia layanan dan adanya bias terhadap penjual yang memiliki reputasi tinggi di platform. Abdullah dalam penelitiannya pada tahun 2021 mencatat bahwa sebagian besar konsumen mengalami ketidakjelasan prosedur penyelesaian sengketa online yang menyebabkan mereka memilih untuk mengabaikan kerugian kecil demi menghindari proses komplain yang rumit. Kondisi ini mengindikasikan bahwa prinsip perlindungan konsumen dalam regulasi belum terimplementasi secara efektif. Beberapa putusan pengadilan terkait sengketa transaksi online juga menunjukkan bahwa konsumen kerap harus membuktikan kesalahan pelaku usaha meskipun sebenarnya hubungan hukum digital sering kali berada dalam posisi informasi yang tidak seimbang.

Melalui pendekatan penelitian normatif yuridis penelitian ini menelaah struktur norma asas dan doktrin hukum yang mengatur transaksi elektronik dengan menempatkan peraturan sebagai bahan hukum primer untuk dianalisis secara sistematis.

Soerjono Soekanto menyatakan bahwa penelitian hukum normatif bertujuan menilai bagaimana hukum seharusnya bekerja untuk menghadirkan tertib sosial sesuai konsep ideal pembentukan hukumnya. Dengan menggunakan pendekatan undang-undang pendekatan konseptual dan pendekatan kasus analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan mengkaji regulasi yang berlaku dan membandingkannya dengan realitas praktik yang terungkap melalui pembahasan kasus. Hal ini memungkinkan identifikasi kesenjangan antara perintah normatif dan praktik di lapangan sekaligus memberikan gambaran empiris mengenai efektivitas penegakan perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik.

Kesenjangan antara *das sein* dan *das sollen* yang ditemukan dalam analisis memperlihatkan bahwa meskipun kerangka regulasi perlindungan konsumen sudah tersedia namun implementasinya pada level praktik masih belum konsisten. Oleh karena itu diperlukan penguatan fungsi pengawasan oleh negara terutama dalam aspek penyelesaian sengketa digital dan mekanisme pertanggungjawaban pelaku usaha. Pengelola platform juga perlu meningkatkan akuntabilitas agar tidak hanya menjadi media transaksi tetapi juga turut menjamin keamanan konsumen. Dengan demikian penelitian ini tidak hanya memotret persoalan faktual tetapi juga memberikan kontribusi konseptual mengenai bagaimana hukum perlindungan konsumen semestinya dioperasionalkan dalam era transaksi digital yang semakin kompleks.

METODE PENELITIAN

Penelitian dalam artikel ini menggunakan metode Normatif Yuridis yang merupakan bagian dari analisis Kualitatif dan menggunakan tipe penelitian Studi Kepustakaan (*library research*). Studi Kepustakaan dipilih karna penelitian ini bertujuan untuk mendalami dan mengkaji secara menyeluruh mengenai pertanggungjawaban Hukum oleh pihak *e-commerce* mengenai kehalalan produk dan perlindungan konsumen dalam transaksi *online (e-commerce)* berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum positif yang berlaku. Metode penelitian Kualitatif tipe studi kepustakaan mengarahkan peneliti untuk menganalisis hingga memperoleh berbagai data dari sumber tertulis seperti artikel ilmiah, literatur, jurnal ilmiah, buku, peraturan perundang – undangan yang berlaku dan berita hukum yang relevan dengan TikTok Shop, produk halal, dan topik yang relevan. Metode ini juga relevan untuk mengkaji

prinsip – prinsip syariah yang berhubungan dengan jual beli secara daring beserta aturan perlingkungannya.

Penelitian ini menggunakan bahan hukum atau sumber data Sekunder yang didapat dari artikel ilmiah, jurnal hukum, dan penelitian yang dilakukan melalui daring dengan berbagai media yang tentunya berkesinambungan dengan prinsip Hukum Bisnis Syariah. Sumber utama yang dipakai adalah Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPU) dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) (Indonesia, 1999).

Teknik pemerolehan data dilakukan dengan cara menelusuri literatur yang relevan menggunakan metode dokumen tertulis. Literatur yang digunakan dalam penelitian ini dipilih sesuai relevansi dengan topik, khususnya yang berkaitan dengan perkembangan terbaru dalam regulasi *e-commerce* di Indonesia.

Metode analisis data yang digunakan yakni analisis Kualitatif. Dalam analisis ini, data yang dikumpulkan melalui studi kepustakaan akan disusun, diinterpretasi, dan diuraikan secara sistematis untuk menjawab pertanyaan penelitian. Norma Hukum yang ditafsirkan akan dihubungkan dengan prinsip tanggung jawab pihak *e-commerce* dan perlindungan konsumen. Hasil yang didapat berupa argumen Hukum normatif tentang sejauh mana platform *e-commerce* dapat dimintai tanggung jawab Hukum atas kehalalan produk yang dijual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagaimana bentuk pertanggungj awaban hukum *platform social commerce* sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) atas peredaran produk tidak halal yang dijual oleh *merchant*?

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah menghadirkan transformasi besar dalam pola transaksi masyarakat. Salah satu bentuknya adalah kehadiran platform *social commerce* yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana jual beli daring, tetapi juga sebagai wadah interaksi sosial antara penjual (*merchant*) dan konsumen. Dalam konteks hukum positif, platform tersebut termasuk dalam kategori Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 6 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Sebagai PSE, platform memiliki tanggung jawab untuk menyelenggarakan sistem yang

aman, andal, serta menjamin perlindungan terhadap hak-hak pengguna. Artinya, tanggung jawab hukum yang melekat pada PSE tidak berhenti pada aspek teknis sistem semata, melainkan juga mencakup pengawasan terhadap aktivitas yang terjadi di dalamnya, termasuk peredaran produk yang tidak memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan (Sekretariat Negara, 2012).

Salah satu isu yang menonjol dalam hal ini ialah peredaran produk tidak halal di platform digital. Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH), setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikat halal (Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, 2014). Ketentuan ini menjadi penting mengingat Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, sehingga jaminan kehalalan produk merupakan bentuk perlindungan terhadap hak spiritual masyarakat. Oleh karena itu, ketika suatu *platform social commerce* memfasilitasi penjualan produk yang belum bersertifikat halal tanpa memberikan informasi yang memadai kepada konsumen, tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai bentuk kelalaian (*culpa in vigilando*). Kelalaian ini terjadi karena platform gagal menjalankan fungsi pengawasan terhadap aktivitas para merchant di dalam sistemnya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nurul Izza, 2021). menunjukkan bahwa banyak platform digital di Indonesia, seperti ShopeeFood dan GoFood, belum menampilkan informasi yang jelas dan transparan mengenai status kehalalan produk. Ketidakjelasan ini berpotensi menimbulkan pelanggaran terhadap hak konsumen muslim sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yaitu hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan jasa. Dalam konteks ini, tanggung jawab hukum platform tidak hanya sebatas pada pelanggaran administratif, tetapi juga menyangkut perlindungan moral terhadap konsumen sebagai subjek hukum yang dijamin hak-haknya oleh negara.

Dari perspektif hukum administrasi, tanggung jawab platform semakin kuat karena diatur secara eksplisit dalam Pasal 15 PP No. 71 Tahun 2019, yang mewajibkan setiap penyelenggara sistem elektronik untuk menjaga keandalan sistem serta keamanan informasi. berarti platform memiliki tanggung jawab aktif untuk memastikan bahwa sistem yang digunakannya tidak menjadi sarana penyebaran konten atau barang yang

bertentangan dengan hukum, termasuk produk yang belum bersertifikat halal. Dalam konteks ini, (Firdaus & Setyobudi, 2022). menegaskan bahwa platform digital memiliki peran penting dalam mempercepat proses sertifikasi halal bagi pelaku usaha kecil dan menengah pasca disahkannya UU Cipta Kerja. Dengan demikian, apabila platform gagal memastikan kepatuhan para *merchant* terhadap aturan halal, maka hal itu dapat dianggap sebagai pelanggaran administratif sekaligus bentuk pengabaian terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Pandangan serupa disampaikan (Jasmine et al., 2022). dalam *Jurnal Masalah-Masalah Hukum*. Mereka menjelaskan bahwa tanggung jawab PSE terbagi ke dalam dua dimensi utama, yakni tanggung jawab preventif dan tanggung jawab represif. Dalam konteks preventif, platform wajib melakukan pengawasan, penyaringan, dan verifikasi agar sistemnya tidak dimanfaatkan untuk menjual barang yang melanggar hukum. Sedangkan dalam konteks represif, platform memiliki kewajiban untuk menindaklanjuti pelanggaran dengan menghapus konten ilegal dan melaporkan pelaku kepada pihak berwenang. Pola ini sejalan dengan konsep pertanggungjawaban terhadap peredaran produk tidak halal karena pada hakikatnya, baik barang ilegal maupun produk yang tidak bersertifikat halal merupakan bentuk pelanggaran terhadap norma hukum yang berlaku di Indonesia.

Sementara itu, (syahputra eko, novianty lily, 2023). (Nurul Izza, 2021) dalam penelitiannya menyoroti lemahnya penerapan prinsip jaminan produk halal pada tataran praktik, khususnya dalam hal bahan baku, proses produksi, serta pencantuman label halal. Banyak pelaku usaha yang masih mengabaikan kewajiban sertifikasi dan labeling sebagaimana diatur dalam Pasal 17 hingga Pasal 22 UU JPH. Dalam kerangka tanggung jawab PSE, fakta ini menunjukkan perlunya sistem verifikasi yang lebih ketat terhadap *merchant* agar platform tidak menjadi perantara bagi produk-produk yang melanggar prinsip halal. Kegagalan dalam melakukan hal tersebut dapat dianggap sebagai bentuk kelalaian sistemik yang menimbulkan kerugian tidak hanya bagi konsumen, tetapi juga terhadap kepercayaan publik terhadap platform itu sendiri.

Selain aspek hukum formal, tanggung jawab platform juga bersinggungan dengan dimensi etika bisnis dan sosial. (Habibi, 2022) jaminan kehalalan produk merupakan bagian dari pemenuhan hak spiritual konsumen dan sekaligus mencerminkan nilai moral dalam bisnis yang beretika. Dengan demikian, platform yang lalai memberikan

informasi halal atau membiarkan produk tidak bersertifikat halal beredar secara bebas di dalam sistemnya, tidak hanya melanggar hukum positif, tetapi juga mengabaikan nilai-nilai etika dan tanggung jawab sosial korporasi.

Oleh karena itu, bentuk pertanggungjawaban hukum platform *social commerce* atas peredaran produk tidak halal harus dipahami secara menyeluruh. Pertama, secara normatif, PSE wajib menjamin kepatuhan terhadap UU JPH, UUPK, dan peraturan pelaksanaannya melalui mekanisme pengawasan dan verifikasi produk yang ketat. Kedua, secara administratif, PSE bertanggung jawab atas keandalan sistem yang dikelolanya dan wajib memastikan bahwa sistem tersebut tidak menjadi sarana pelanggaran hukum. Ketiga, secara moral dan sosial, PSE memiliki kewajiban etis untuk menghormati nilai keagamaan masyarakat serta berperan aktif dalam membangun kepercayaan publik terhadap integritas ekosistem perdagangan digital. Dengan demikian, pertanggungjawaban hukum platform *social commerce* tidak dapat dipandang semata sebagai beban legalistik, melainkan sebagai tanggung jawab multidimensional yang mencerminkan integrasi antara kepatuhan hukum, tanggung jawab sosial, dan penghormatan terhadap nilai-nilai moral masyarakat Indonesia.

Bagaimana mekanisme perlindungan konsumen yang efektif dalam menjamin keaslian dan keabsahan sertifikasi halal produk yang dijual melalui platform *social commerce*?

Mekanisme perlindungan konsumen dalam menjamin keaslian dan keabsahan sertifikasi halal pada produk yang dijual melalui platform *social commerce* berlandaskan pada sinergi antara negara, pelaku usaha, dan konsumen, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) serta Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Pasal 4 UUPK menegaskan hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai suatu produk, termasuk status kehalalannya, sehingga pelaku usaha secara hukum wajib menyampaikan informasi apa adanya dan tidak menyembunyikan kandungan atau sifat barang. Sejalan dengan itu, Pasal 4 UU JPH mewajibkan setiap produk yang beredar untuk memiliki sertifikat halal serta mencantumkan label yang sesuai, yang berarti penyamaran produk tidak halal sebagai produk halal di *social commerce* merupakan bentuk pelanggaran terhadap kewajiban pelaku usaha dan sekaligus merampas hak konsumen untuk melakukan transaksi yang

aman dan sesuai keyakinan. Dengan demikian, ketentuan kedua undang-undang tersebut menunjukkan bahwa kehalalan produk bukan hanya kebutuhan moral, tetapi merupakan hak hukum konsumen yang wajib dilindungi negara. (Naskhila & Toto Tohir Suriaatmaja, 2023).

Dalam praktiknya, pengawasan terhadap keaslian sertifikasi halal di ranah digital masih lemah. Banyak produk yang dijual melalui social commerce seperti TikTok Shop dan Shopee Live mencantumkan klaim halal tanpa sertifikat resmi dari BPJPH. Berdasarkan laporan(Saktia et al., 2023), sekitar 40% produk impor makanan dan kosmetik yang beredar di e-commerce Indonesia belum memiliki sertifikat halal yang sah atau tidak mencantumkan label halal secara benar. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ketentuan hukum dan realitas implementasi, khususnya terhadap kewajiban pelaku usaha sebagaimana diatur dalam UUPK dan UU JPH untuk memberikan informasi yang jujur dan memastikan kehalalan produk sebelum dipasarkan. Kelemahan pengawasan platform digital juga memperbesar peluang pelaku usaha menggunakan klaim halal palsu atau tidak terverifikasi, yang pada akhirnya berpotensi merugikan konsumen baik secara ekonomi maupun religius.

Untuk mewujudkan perlindungan konsumen yang efektif, penguatan peran lembaga pemerintah menjadi hal yang mendesak. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai lembaga resmi harus melakukan pengawasan ketat melalui integrasi data digital dengan Kementerian Perdagangan dan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Sistem integrasi ini memungkinkan setiap produk yang mengklaim halal untuk terlebih dahulu diverifikasi keabsahannya melalui database nasional sebelum dapat dipasarkan secara daring (Halim, 2023). Melalui digitalisasi pengawasan ini, BPJPH dapat mencegah peredaran produk dengan label halal palsu sekaligus mempercepat proses sertifikasi bagi pelaku usaha yang patuh terhadap ketentuan hukum (Widodo et al., 2024).

Selain aspek regulatif, penerapan teknologi juga menjadi pilar utama dalam menjamin keaslian sertifikasi halal. Pengembangan sistem digital berbasis *Application Programming Interface* (API) antara BPJPH dan platform *social commerce* dapat menjadi mekanisme verifikasi yang efisien dan transparan. Sistem ini memungkinkan konsumen untuk menelusuri nomor sertifikat halal langsung dari database BPJPH dengan satu klik. Dengan demikian, setiap label halal yang tercantum di laman produk

dapat dipastikan keasliannya secara otomatis, tanpa memerlukan proses manual yang panjang. Inovasi ini mencerminkan prinsip *transparency by design*, yaitu pengawasan berbasis sistem digital yang dirancang untuk melindungi hak konsumen sejak awal (Kusumaningsih, 2023).

Namun, tanggung jawab hukum tidak berhenti pada pemerintah semata. Platform *social commerce* juga memiliki tanggung jawab hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 19 UUPK, yang menegaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian konsumen akibat barang atau jasa yang diperdagangkan. Platform seperti TikTok Shop tidak dapat hanya berperan sebagai perantara transaksi, tetapi harus melakukan verifikasi keabsahan produk sebelum diiklankan atau dijual. Kegagalan melaksanakan tanggung jawab tersebut dapat dikategorikan sebagai kelalaian administratif yang berimplikasi pada tanggung jawab hukum (*negligence liability*) (Kalalo & Wahongan, 2021). Oleh karena itu, diperlukan penerapan prinsip *due diligence* pada setiap platform digital agar tidak ada produk dengan klaim halal palsu yang lolos ke pasar (Nurul Izza, 2021).

Aspek lain yang sangat penting adalah edukasi dan pemberdayaan konsumen. Perlindungan yang efektif hanya dapat terwujud apabila masyarakat memiliki kemampuan untuk memverifikasi sendiri informasi kehalalan produk. Berdasarkan survei (LPPOM MUI, 2023), sebanyak 68% konsumen muslim Indonesia belum mengetahui cara memeriksa keabsahan sertifikat halal secara daring. Kondisi ini menuntut pemerintah dan platform digital untuk melaksanakan program literasi halal digital secara berkelanjutan. Program ini dapat diwujudkan melalui fitur edukatif di aplikasi belanja, kampanye media sosial, maupun kerja sama dengan influencer halal. Semakin tinggi tingkat literasi halal masyarakat, semakin kuat pula sistem perlindungan yang terbentuk.

Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, keaslian sertifikat halal memiliki nilai moral yang mendalam. Transaksi yang mengandung unsur ketidakjelasan (*gharar*) atau penipuan (*tadlis*) dalam label halal termasuk dalam kategori perbuatan yang dilarang dalam Islam. Pelaku usaha dan platform yang menyembunyikan atau memalsukan status halal berarti telah melanggar prinsip *sidq* (kejujuran) dan *amanah* (tanggung jawab), yang merupakan fondasi etika bisnis syariah (Collins et al., 2021). Oleh karena itu,

selain tanggung jawab hukum, pelaku usaha juga memikul tanggung jawab moral terhadap masyarakat dan agama.

Penegakan hukum menjadi pilar terakhir yang memastikan efektivitas perlindungan konsumen halal. Berdasarkan Pasal 56 dan 57 UU JPH, pelaku usaha yang mencantumkan label halal tanpa sertifikat resmi dapat dikenai sanksi pidana hingga lima tahun penjara atau denda maksimal dua miliar rupiah. Selain sanksi pidana, konsumen juga dapat menuntut ganti rugi melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) apabila dirugikan oleh klaim halal palsu. Penerapan sanksi ini harus diikuti dengan tindakan tegas dari platform digital seperti pemblokiran akun penjual atau penghapusan etalase produk yang bermasalah untuk menjaga kepercayaan publik (Sari & Faniyah, 2021).

Mekanisme perlindungan konsumen yang efektif dalam menjamin keaslian dan keabsahan sertifikasi halal di platform *social commerce* mencakup tiga pilar utama: penguatan regulasi hukum, penerapan teknologi digital yang transparan, dan peningkatan literasi konsumen. Pemerintah melalui BPJPH harus memperkuat sistem verifikasi digital yang terintegrasi, platform wajib menerapkan prinsip *due diligence*, dan masyarakat harus menjadi bagian aktif dalam pengawasan halal digital. Hanya dengan sinergi tersebut, perlindungan terhadap hak konsumen muslim dapat terwujud secara optimal dan berkeadilan, sekaligus memperkuat kepercayaan publik terhadap ekosistem perdagangan daring yang halal dan aman di Indonesia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa keberadaan platform seperti Tiktok Shop, Shopee, Tokopedia, dan platform perdagangan elektronik lainnya memiliki peran penting dalam menjaga kepercayaan konsumen. Sebagai penyelenggara sistem elektronik, platform tidak hanya berfungsi sebagai perantara jual beli saja, tetapi juga memiliki tanggung jawab hukum memastikan bahwa produk yang dijual-belian sudah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.

Tanggung jawab hukum tersebut mencakup kewajiban untuk melakukan verifikasi dan pengawasan terhadap produk yang beredar agar tidak melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Kegagalan dalam menjalankan

pengawasan dapat dianggap sebagai bentuk kelalaian yang menimbulkan akibat hukum, baik administratif maupun perdata, karena telah melanggar hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar dan produk yang aman serta produk yang halal. Selain itu perlindungan konsumen dalam perdagangan digital perlu dilakukan secara terpadu melalui kerjasama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dengan benar. Dalam perspektif hukum syariah, tanggung jawab bernilai moral, karena penjualan produk yang tidak jelas kehalalannya bertentangan dengan prinsip kejujuran (sidiq) dan amanah. Oleh karena itu, jaminan produk halal harus dipahami sebagai bagian dari etika bisnis dan perlindungan konsumen di era digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pencantuman Label Halal Tanpa Sertifikat Halal Pada Rumah Potong Ayam*. 2(4), 167–186.
- Firdaus, D. H., & Setyobudi, T. (2022). *Peran Platform Digital Dalam Sertifikasi Halal Umkm Pasca Ditetapkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja Di Era Pandemi Covid-19 Abstrak : Kata Kunci : Covid-19 1 Yang Melanda Di Belahan Dunia Termasuk Juga Di Disemua Aspek . Pekerjaan ,. 4(2), 123–144.*
- Habibi, M. (2022). Teori Konsumsi, Produksi Dan Distribusi Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jpsda: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2(1), 88–104. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v2i1.1277>
- Halim, A. (2023). Tanggung Jawab Penyedia Platform E-Commerce Dalam Melindungi Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce. *Jurnal Notarius*, 2(1), 1–10.
- Indonesia, P. R. (1999). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia*, 2003(1), 1–46.
- Jasmine, A., Amalia, P., & Muchtar, H. N. (2022). Tanggung Jawab Platform Marketplace Terhadap Penjualan Ponsel (Mobile Phone) Ilegal Berdasarkan Hukum Nasional. *Masalah-Masalah Hukum*, 51(4), 378–389. <https://doi.org/10.14710/mmh.51.4.2022.378-389>
- Kalalo, F. P., & Wahongan, A. S. (2021). Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Atas Kerusakan Barang Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Lex Privatum*, 1x(4), 151–

- Kusumaningsih, R. (2023). Fungsi Pengawasan Bpjp Terhadap Sertifikat Halal Bagi Produk Makanan Olahan Berbasis Ukm. *Legalitas*, 8(2), 9. <https://doi.org/10.31293/Lg.V8i2.7455>
- Lppom Mui. (2023). Uji Autentifikasi Halal: Urgensi Dan Perannya Dalam Penerapan Sistem Jaminan Produk Halal (Sjph). *Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, Dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia*, 160, 1–45.
- Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia. (2014). Uu No.33 Tahun 2014 (2014). *Uu No.33 Tahun 2014*, 1.
- Naskhila, A. S., & Toto Tohir Suriaatmaja. (2023). Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Halal Dalam Memenuhi Kenyamanan Dan Keselamatan Dihubungkan Dengan Undang-Undang Jaminan Produk Halal (Uu Jph). *Bandung Conference Series: Law Studies*, 3(1). <https://doi.org/10.29313/Bcsls.V3i1.4953>
- Nurul Izza, N. (2021). Halal Travel Research Development. *Halal Tourism And Pilgrimage*, 1(1), 83–96. <https://doi.org/10.58968/Htp.V1i1.86>
- Saktia, M., Suwadib, P., & Waluyoc, B. (2023). Implementation Of Halal Product Guarantee In Indonesia's E-Commerce. *International Journal Of Professional Business Review*, 8(4), 1–17. <https://doi.org/10.26668/Businessreview/2023.V8i4.1391>
- Sari, W., & Faniyah, I. (2021). Penerapan Sanksi Bagi Pelaku Usaha Yang Mengedarkan Produk Pangan Tanpa Label Halal Pada Kemasan Di Kota Padang. *Unes Journal Of Swara Justisia*, 5(2), 223. <https://doi.org/10.31933/Ujsj.V5i2.211>
- Sekretariat Negara. (2012). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik. *Media Hukum*, 7(2), 70.
- Syahputra Eko, Novianty Lily, Sembiring Juhardi. (2023). Analisis Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Terhadap Proses Produksi Dan Label Kemasan Pada Usaha Keripik Tempe Coin “Berkah Memey” Di Ponorogo. *Journal Of Engineering Research*, 10(1), 35–45.
- Widodo, A. C., Rudiana, R., & Nuryanto, Y. (2024). Pengawasan Jaminan Produk Halal (Jph) Oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (Bpjp). *Jiip - Jurnal*

Ilmiah Ilmu Pendidikan, 7(10), 12368–12377.
<https://doi.org/10.54371/Jiip.V7i10.6186>