

PERLINDUNGAN KONSUMEN MUSLIM TERHADAP PRODUK HALAL NON-SERTIFIKASI DI MARKETPLACE DIGITAL

Zainul Arifin¹

¹ Institut Agama Islam Darul Falah Bondowoso; zainularifin83dafa@gmail.com

Keywords: Consumer Protection; Non-Certified Halal; Marketplace.	Abstract The development of digital marketplaces has encouraged the widespread distribution of halal products, but on the other hand, it has raised issues regarding the protection of Muslim consumers due to the prevalence of non-certified halal products. This study aims to analyze the forms of legal protection for Muslim consumers in the distribution of non-certified halal products in digital marketplaces and to examine the legal responsibilities of platform providers. This study uses a normative juridical method with a legislative and conceptual approach, supported by a literature review of legislation, scientific literature, and marketplace policies. The results show that, normatively, Muslim consumer protection is regulated in the Consumer Protection Law No. 8 of 1999 and the Halal Product Guarantee Law No. 33 of 2014, but its implementation in digital marketplaces is not yet optimal. Platform providers tend to limit their responsibility as intermediaries, even though they derive economic benefits and play an active role in the transaction system. Therefore, it is necessary to strengthen the responsibility of platforms and integrate the principles of Islamic economic law in order to realize fair and sustainable protection for Muslim consumers.
Kata kunci: Perlindungan Konsumen; Halal Nonsertifikasi; Marketplace.	Abstrak Perkembangan marketplace digital telah mendorong peredaran produk halal secara luas, namun di sisi lain memunculkan persoalan perlindungan konsumen Muslim akibat masih maraknya produk halal nonsertifikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen Muslim dalam peredaran produk halal nonsertifikasi di marketplace digital serta menelaah tanggung jawab hukum penyedia platform. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual, didukung oleh studi kepustakaan terhadap peraturan perundang-undangan, literatur ilmiah, dan kebijakan marketplace. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara normatif perlindungan konsumen Muslim telah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen nomor 8 Tahun 1999 dan Undang-Undang Jaminan Produk Halal nomor 33 tahun 2014, namun implementasinya di marketplace digital belum optimal. Penyedia platform cenderung membatasi tanggung jawabnya sebagai perantara, meskipun memperoleh keuntungan ekonomi dan berperan aktif dalam sistem transaksi. Oleh karena itu, diperlukan penguatan tanggung jawab platform serta integrasi prinsip hukum ekonomi syariah guna mewujudkan perlindungan konsumen Muslim yang berkeadilan dan berkelanjutan.
Diajukan : Desember 2024	
Diterima : Januari 2025	
Diterbitkan : Januari 2025	

Corresponding Author:

Zainul Arifin

Institut Agama Islam Darul Falah Bondowoso; zainularifin83dafa@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan fundamental dalam pola transaksi ekonomi masyarakat global. Digitalisasi perdagangan melalui platform marketplace telah menggeser model transaksi konvensional menjadi transaksi elektronik yang bersifat cepat, masif, dan lintas batas negara (Zakiyah et al., 2025). Marketplace tidak lagi sekadar menjadi sarana jual beli, tetapi telah berkembang menjadi ekosistem ekonomi digital yang memiliki kekuatan besar dalam membentuk perilaku konsumsi masyarakat. Fenomena ini memberikan kemudahan dan efisiensi, namun di sisi lain melahirkan berbagai persoalan hukum baru, terutama yang berkaitan dengan perlindungan konsumen (Mahardeka, 2024).

Dalam konteks global, perlindungan konsumen menghadapi tantangan serius akibat kompleksitas transaksi digital. Konsumen sering kali berada pada posisi yang lemah karena keterbatasan informasi, asimetri kekuasaan, serta sulitnya menuntut pertanggungjawaban pelaku usaha yang beroperasi secara virtual. Kondisi ini semakin kompleks ketika dikaitkan dengan kebutuhan konsumen Muslim terhadap produk halal (Yeni et al., 2023). Bagi konsumen Muslim, kehalalan produk bukan sekadar preferensi, melainkan kewajiban agama yang berkaitan langsung dengan aspek keyakinan, ibadah, dan moralitas. Oleh karena itu, isu perlindungan konsumen Muslim dalam perdagangan digital memiliki dimensi hukum, sosial, dan religius yang saling berkaitan (Seran et al., 2025).

Populasi Muslim dunia yang terus meningkat menjadikan pasar halal sebagai salah satu sektor ekonomi terbesar secara global. Laporan Global Islamic Economy menunjukkan bahwa nilai ekonomi halal mencakup sektor makanan, minuman, kosmetik, farmasi, dan produk gaya hidup lainnya dengan pertumbuhan yang signifikan setiap tahun (Usman, Muhammad Abrori, 2025). Namun, pertumbuhan ekonomi halal global tidak selalu diiringi dengan sistem perlindungan konsumen yang memadai. Di banyak negara, termasuk negara dengan mayoritas penduduk Muslim, regulasi halal masih menghadapi tantangan dalam implementasi, terlebih dalam konteks perdagangan elektronik yang bergerak lebih cepat dibandingkan perkembangan hukum (Panggabean et al., 2024).

Di Indonesia, sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, jaminan terhadap produk halal memiliki kedudukan strategis. Negara secara normatif telah menunjukkan komitmennya melalui pembentukan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Aprizal & Wiranatakusuma, 2025). Undang-undang ini menegaskan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Ketentuan tersebut bertujuan untuk memberikan kepastian hukum, rasa aman, dan perlindungan bagi konsumen Muslim dalam mengonsumsi produk sesuai dengan ajaran agama Islam (Heng & Lie, 2025).

Namun, dalam praktiknya, implementasi kewajiban sertifikasi halal masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam perdagangan melalui marketplace. Marketplace sebagai platform digital mempertemukan jutaan penjual dan pembeli

dengan latar belakang yang beragam, baik dari dalam maupun luar negeri. Dalam ekosistem ini, masih banyak ditemukan produk yang diklaim halal tetapi tidak memiliki sertifikat halal resmi. Klaim halal sering kali hanya didasarkan pada pernyataan sepihak penjual tanpa verifikasi yang memadai dari otoritas terkait maupun dari pihak platform (Patria & Rokhim, 2025).

Fenomena produk halal non-bersertifikasi di marketplace menimbulkan persoalan serius dalam perlindungan konsumen Muslim (Ramadhani et al., 2024). Konsumen dihadapkan pada informasi yang tidak pasti mengenai status kehalalan produk, sementara mekanisme verifikasi dan pengawasan belum berjalan secara optimal. Hal ini berpotensi melanggar hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Ummul Muktaze, Lia Waroka, 2024). Ketidakpastian tersebut juga dapat menimbulkan kerugian immateriil bagi konsumen Muslim karena menyangkut aspek keyakinan dan ketenangan batin dalam menjalankan ajaran agama (KHABIB KOMEINI, 2025).

Selain itu, marketplace sering kali memposisikan dirinya sebagai perantara (intermediary) yang hanya menyediakan sarana transaksi antara penjual dan pembeli. Dalam banyak syarat dan ketentuan penggunaan, marketplace membatasi tanggung jawabnya terhadap keabsahan produk yang dijual oleh merchant (Zainul Arifin, Nur Muslimah, 2025). Posisi ini menimbulkan perdebatan hukum mengenai sejauh mana tanggung jawab penyedia platform terhadap perlindungan konsumen, khususnya terkait klaim halal produk (Agustina & Yazid, 2026). Di satu sisi, marketplace memperoleh keuntungan ekonomi dari setiap transaksi yang terjadi, tetapi di sisi lain berupaya menghindari tanggung jawab hukum atas konten dan produk yang diperdagangkan (ADINDA, 2025).

Persoalan tanggung jawab hukum penyedia platform marketplace menjadi semakin penting ketika dikaitkan dengan perlindungan konsumen Muslim. Marketplace tidak hanya berfungsi sebagai sarana teknis, tetapi juga memiliki peran aktif dalam mengelola sistem transaksi, menyediakan fitur pencarian dan kategorisasi produk, serta mengatur mekanisme promosi (Abrori, 2024). Ketika marketplace menyediakan kategori "produk halal" atau memungkinkan penggunaan label halal tanpa verifikasi, maka platform secara tidak langsung turut membentuk persepsi konsumen mengenai kehalalan produk. Dalam kondisi demikian, tanggung jawab hukum marketplace tidak dapat dilepaskan begitu saja (Widiarty & Saragih, 2024).

Dari perspektif hukum sistem elektronik, penyedia platform marketplace dikategorikan sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) yang memiliki kewajiban untuk menyelenggarakan sistem yang andal, aman, dan bertanggung jawab. Kewajiban ini mencakup tanggung jawab atas informasi dan konten yang disediakan dalam platform, terutama jika informasi tersebut berpotensi merugikan konsumen. Dengan demikian, klaim halal yang tidak diverifikasi dapat menjadi dasar untuk menilai adanya kelalaian (negligence) dari pihak platform dalam menjalankan prinsip kehati-hatian (Prayuti, 2024).

Lebih jauh, persoalan produk halal non-bersertifikasi di marketplace tidak hanya dapat dianalisis dari sudut pandang hukum positif, tetapi juga perlu ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah. Dalam Islam, prinsip halal dan *thayyib* merupakan dasar utama dalam aktivitas konsumsi dan muamalah. Al-Qur'an secara tegas memerintahkan umat Islam untuk mengonsumsi makanan dan produk yang halal dan baik, serta melarang segala bentuk penipuan dan ketidakjelasan dalam transaksi. Oleh karena itu, peredaran produk yang status kehalalannya tidak jelas bertentangan dengan nilai-nilai dasar syariah (Chikita, 2024).

Dalam hukum ekonomi syariah, transaksi yang mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan) dilarang karena berpotensi menimbulkan mudarat dan ketidakadilan (Mohd Noh et al., 2025). Klaim halal tanpa sertifikasi resmi menimbulkan ketidakpastian status produk, sehingga konsumen Muslim tidak dapat memastikan apakah produk tersebut benar-benar halal. Kondisi ini tidak hanya merugikan konsumen secara material, tetapi juga berpotensi merugikan secara spiritual. Oleh karena itu, perlindungan konsumen Muslim dalam konteks produk halal non-bersertifikasi menjadi bagian dari upaya menjaga *maqāsid al-syarī'ah*, khususnya perlindungan agama (*hifz al-dīn*) dan perlindungan harta (*hifz al-māl*) (Baidhowi, 2025).

Selain itu, perkembangan marketplace sebagai entitas bisnis modern menuntut adanya tanggung jawab sosial dan etika yang lebih luas. Dalam perspektif syariah, setiap pelaku usaha, termasuk penyedia platform digital, memiliki kewajiban moral untuk menjalankan prinsip amanah, kejujuran, dan keadilan. Marketplace yang membiarkan peredaran produk halal non-bersertifikasi tanpa pengawasan yang memadai dapat dinilai mengabaikan prinsip-prinsip tersebut. Oleh karena itu, integrasi nilai-nilai hukum ekonomi syariah dalam tata kelola marketplace menjadi sangat penting untuk mewujudkan ekosistem perdagangan digital yang berkeadilan dan berkelanjutan (Mahardeka, 2024).

Dalam era digital saat ini, transaksi jual beli secara daring (*online*) melalui *platform marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan lainnya telah menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup masyarakat Indonesia (Reysha Aurelia Shabilla et al., 2025). Kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan ragam produk yang ditawarkan menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Di sisi lain, mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam juga menunjukkan peningkatan kesadaran dan preferensi terhadap produk yang halal, baik dalam sektor makanan, minuman, kosmetik, hingga obat-obatan. Preferensi ini bukan hanya karena alasan religius, tetapi juga karena persepsi bahwa produk halal lebih terjamin dari sisi kualitas dan keamanan.

Namun, seiring maraknya perdagangan online, muncul fenomena baru yang cukup mengkhawatirkan, yakni beredarnya produk yang diklaim halal namun tidak memiliki sertifikasi halal resmi dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) (Al Mubarak et al., 2023). Tidak sedikit pelaku usaha mencantumkan label "halal" secara sepihak di etalase digital tanpa dapat membuktikan keabsahan klaim

tersebut. Di marketplace, label-label seperti “halal homemade”, “100% halal”, atau “halal ingredients” sering ditemukan tanpa disertai bukti sertifikat dari lembaga berwenang. Hal ini tentu menimbulkan kekhawatiran bagi konsumen Muslim akan keaslian dan kepastian hukum dari produk yang mereka konsumsi.

Secara normatif, Indonesia telah memiliki Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menjamin hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, termasuk hak atas informasi yang benar dan jujur (Fista et al., 2023). Selain itu, keberadaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mengatur secara khusus bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Namun, pada praktiknya, penerapan dan pengawasan terhadap aturan tersebut masih belum optimal, terutama di ranah digital.

Marketplace sebagai penyedia platform perdagangan daring sejauh ini belum memiliki kewajiban hukum yang tegas untuk memverifikasi klaim halal dari pelaku usaha. Ketentuan mengenai tanggung jawab penyedia platform masih berada dalam area yang abu-abu, baik dalam hukum positif maupun dalam praktik perlindungan konsumen di lapangan. Ketiadaan mekanisme verifikasi ini memunculkan kekosongan norma yang dapat berdampak serius, seperti penyebaran produk tidak jelas kehalalannya, pelanggaran hak konsumen Muslim, serta potensi terjadinya penyesatan informasi oleh pelaku usaha.

Dari perspektif hukum ekonomi syariah, perlindungan konsumen bukan hanya menjadi tanggung jawab negara, tetapi juga bagian dari prinsip *maslahah* (kemaslahatan umum) dan akad yang sah, di mana informasi produk harus disampaikan secara jujur dan transparan (Harun, 2022). Dalam konteks ini, marketplace tidak dapat semata-mata bertindak sebagai “perantara pasif”, tetapi juga memiliki tanggung jawab hukum untuk menjaga akurasi informasi yang ditampilkan di platform mereka, khususnya terhadap klaim halal yang memiliki implikasi hukum dan etika keagamaan.

Beberapa hasil penelitian, seperti yang dikaji oleh Najla, (2023) mengatakan bahwa perlindungan hukum terhadap deskripsi halal palsu dalam transaksi e-commerce serta efektivitas undang-undang perlindungan konsumen yang berlaku. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terminologi yang ambigu dan tanggung jawab terbatas bagi penyelenggara marketplace mengurangi perlindungan hukum bagi konsumen Muslim dalam transaksi online. Penelitian ini merekomendasikan revisi istilah hukum serta perluasan tanggung jawab platform digital agar perlindungan konsumen Muslim lebih efektif. Selain itu, Khasanah, (2025) secara spesifik menyoroiti marketplace besar di Indonesia (seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada) dan mengevaluasi sejauh mana perlindungan hukum atas klaim halal dari produk yang dijual secara digital. Dengan pendekatan yuridis-empiris, studi ini menemukan adanya gap regulasi antara amanat Undang-Undang Jaminan Produk Halal dan praktik marketplace, di mana banyak produk hanya “self-declared” halal tanpa sertifikasi yang jelas atau verifikasi platform. Penelitian ini menekankan kebutuhan kerangka hukum yang lebih terintegrasi antara

otoritas halal, pengawas sertifikasi, dan platform digital untuk melindungi hak konsumen Muslim. Hal ini senada dengan yang disampaikan Humam, (2025) Studi ini fokus pada marketplace Shopee dan menganalisis urgensi transparansi informasi sertifikat halal yang ditampilkan secara digital. Dengan metode yuridis normatif, penelitian menemukan bahwa belum ada mekanisme verifikasi formal terhadap sertifikat halal yang diunggah oleh penjual di platform, sehingga konsumen Muslim tidak mendapatkan jaminan kehalalan yang memadai. Penelitian ini menyimpulkan bahwa ketidakjelasan informasi sertifikasi di marketplace berpotensi merugikan konsumen Muslim dan menyarankan peningkatan transparansi dan verifikasi sertifikat halal digital oleh platform.

Urgensi penelitian ini didasari oleh meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap marketplace dalam memenuhi kebutuhan harian, serta potensi pelanggaran hak konsumen Muslim akibat tidak adanya verifikasi atas produk halal non-bersertifikasi (Irawati & Prasetyo, 2021). Berangkat dari beberapa data yang penelitian paparkan diatas. Maka, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara kritis bagaimana sistem hukum yang berlaku memberikan perlindungan konsumen di era digital, serta menilai sejauh mana penyedia platform marketplace bertanggung jawab secara hukum atas peredaran produk halal yang belum tersertifikasi. Hasil kajian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam menyusun kerangka hukum yang lebih adil, transparan, dan berlandaskan pada prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah yang menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, dan kepastian hukum dalam transaksi. Pertama, Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen Muslim dalam pembelian produk halal non-bersertifikasi di platform marketplace, Kedua, Bagaimana tanggung jawab hukum penyedia platform marketplace terhadap keberadaan produk dengan klaim halal yang tidak tersertifikasi, Ketiga, Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik perdagangan produk halal non-bersertifikasi di marketplace.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *yuridis normatif* dengan metode analisis kualitatif, yang bertujuan untuk mengkaji norma-norma hukum positif yang berlaku serta menelaahnya dari sudut pandang hukum Islam, yang fokus pada pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan, fatwa, dan dokumen hukum yang relevan (Fiantika, Wasil M, Jumiyati, Honesti, Wahyuni, Jonata, 2022). Pendekatan yang digunakan meliputi: Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), untuk menganalisis UU Perlindungan Konsumen, UU Jaminan Produk Halal, serta regulasi *e-commerce*. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*), untuk menggali teori-teori hukum yang berkaitan dengan tanggung jawab hukum, perlindungan konsumen, dan prinsip syariah. Dan Pendekatan komparatif (*comparative approach*), membandingkan praktik perlindungan konsumen di marketplace Indonesia dengan negara lain yang menerapkan sistem hukum serupa (opsional).

Adapun sumber data pada penelitian ini terdiri dari: Data primer hukum, peraturan perundang-undangan seperti UU No. 8 Tahun 1999, UU No. 33 Tahun 2014, PP No. 31 Tahun 2019, PP No. 80 Tahun 2019, serta fatwa DSN-MUI terkait kehalalan produk. Data sekunder, buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, dan artikel hukum yang relevan. Dan data tersier, kamus hukum, ensiklopedia hukum, dan sumber pendukung lainnya. Sedangkan Teknik pengumpulan data Data dikumpulkan melalui studi pustaka (*library research*), telaah terhadap regulasi, dan dokumentasi kajian hukum, serta observasi konten pada platform marketplace sebagai bahan contoh kasus (Ismail Nurdin & Dra. Sri Hartati, 2019).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Muslim dalam Produk Halal Non-Bersertifikasi di Marketplace

Perlindungan konsumen merupakan salah satu pilar penting dalam negara hukum modern yang menempatkan kepentingan masyarakat sebagai subjek utama pembangunan ekonomi. Dalam konteks Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim, perlindungan konsumen tidak hanya menyangkut aspek ekonomi dan keamanan produk, tetapi juga berkaitan erat dengan keyakinan agama. Konsumen Muslim memiliki kebutuhan spesifik terhadap produk halal yang bersifat normatif-religius, sehingga perlindungan hukum terhadap mereka harus dipahami secara lebih luas dibandingkan perlindungan konsumen pada umumnya.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan dasar hukum bagi perlindungan konsumen melalui pengakuan hak-hak konsumen, antara lain hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa serta hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur. Hak atas informasi ini menjadi krusial dalam konteks produk halal, sebab kehalalan bukan sekadar atribut tambahan, melainkan syarat esensial bagi konsumen Muslim. Ketika informasi halal disampaikan secara tidak akurat atau menyesatkan, maka telah terjadi pelanggaran terhadap hak konsumen.

Lebih khusus, perlindungan konsumen Muslim diperkuat melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH), yang menegaskan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Kewajiban ini mencerminkan komitmen negara dalam melindungi hak konstitusional warga negara untuk menjalankan ajaran agamanya. Dengan demikian, secara normatif, sistem hukum Indonesia telah menyediakan kerangka perlindungan yang cukup kuat bagi konsumen Muslim.

Meskipun kerangka normatif telah tersedia, hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam praktik perdagangan digital, khususnya di marketplace, masih banyak ditemukan produk halal non-bersertifikasi yang beredar luas. Produk-produk tersebut umumnya mencantumkan klaim halal secara sepihak oleh penjual, baik melalui deskripsi produk, label visual, maupun kategori tertentu seperti “produk halal” atau “Muslim friendly”, tanpa didukung sertifikat halal resmi dari BPJPH atau lembaga terkait.

Fenomena ini menimbulkan persoalan hukum yang kompleks. Pertama, klaim halal tanpa sertifikasi berpotensi melanggar ketentuan UU JPH karena mengedarkan produk tanpa pemenuhan kewajiban sertifikasi. Kedua, dari perspektif UUPK, informasi halal yang tidak diverifikasi dapat dikategorikan sebagai informasi yang menyesatkan, sehingga merugikan konsumen Muslim. Ketiga, dari sudut pandang hukum sistem elektronik, marketplace sebagai penyelenggara sistem elektronik turut berperan dalam penyebaran informasi tersebut.

Produk halal non-bersertifikasi di marketplace juga menciptakan ketidakpastian hukum (*legal uncertainty*). Konsumen Muslim berada dalam posisi lemah karena tidak memiliki kemampuan untuk memverifikasi secara langsung kehalalan produk, sementara negara belum sepenuhnya hadir dalam bentuk pengawasan digital yang efektif. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara norma hukum dan realitas sosial (*law in the books vs law in action*).

Perlindungan terhadap konsumen Muslim tidak hanya dapat dilihat dari perspektif undang-undang sektoral, tetapi juga dari sudut pandang hak asasi manusia dan konstitusi. Pasal 28E ayat (1) UUD 1945 menjamin kebebasan setiap orang untuk memeluk agama dan menjalankan ibadah sesuai dengan keyakinannya. Konsumsi produk halal merupakan bagian integral dari praktik keberagamaan umat Islam, sehingga negara memiliki kewajiban positif (*positive obligation*) untuk melindunginya.

Dengan membiarkan peredaran produk halal non-bersertifikasi di marketplace tanpa pengawasan yang memadai, negara secara tidak langsung gagal memenuhi kewajiban konstitusionalnya. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap konsumen Muslim harus dipahami sebagai bagian dari perlindungan hak beragama, bukan semata-mata isu perdagangan atau ekonomi.

Tanggung Jawab Hukum Penyedia Platform Marketplace

Marketplace dalam sistem perdagangan elektronik modern berperan sebagai perantara (*intermediary*) yang mempertemukan penjual dan pembeli melalui platform digital. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa kedudukan marketplace tidak lagi bersifat netral sepenuhnya. Marketplace memiliki kontrol signifikan terhadap sistem transaksi, mulai dari pengelolaan akun penjual, sistem pembayaran, algoritma pencarian produk, hingga mekanisme promosi dan kategori produk.

Secara hukum, marketplace dikategorikan sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) yang memiliki kewajiban untuk menyelenggarakan sistem yang andal, aman, dan bertanggung jawab. Kewajiban ini mencakup tanggung jawab atas konten dan informasi yang disediakan dalam platform, terutama jika informasi tersebut berpotensi merugikan konsumen.

Dalam praktiknya, marketplace sering membatasi tanggung jawabnya melalui syarat dan ketentuan (*terms and conditions*) yang menyatakan bahwa tanggung jawab atas keabsahan produk sepenuhnya berada pada penjual. Namun, pendekatan ini tidak sepenuhnya sejalan dengan prinsip perlindungan konsumen. Ketika marketplace

memperoleh keuntungan ekonomi dari setiap transaksi, maka secara moral dan hukum, marketplace tidak dapat sepenuhnya melepaskan diri dari tanggung jawab.

Hasil analisis menunjukkan bahwa marketplace yang menyediakan fitur khusus seperti kategori “halal”, filter produk halal, atau label visual tertentu, telah mengambil peran aktif dalam membentuk persepsi konsumen. Dalam kondisi demikian, marketplace tidak lagi sekadar perantara pasif, melainkan turut bertanggung jawab atas kebenaran informasi yang disajikan.

Dalam hukum perlindungan konsumen, dikenal prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian (*fault liability*) dan tanggung jawab mutlak (*strict liability*). Marketplace yang lalai dalam melakukan verifikasi minimal terhadap klaim halal dapat dinilai melanggar prinsip kehati-hatian (*duty of care*). Ketika kelalaian tersebut mengakibatkan kerugian konsumen Muslim, maka marketplace dapat dimintai pertanggungjawaban hukum.

Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Produk Non-Bersertifikasi di Marketplace

Dalam Islam, kehalalan produk merupakan prinsip fundamental yang secara tegas diatur dalam Al-Qur’an. Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ١٦٨

Artinya:

“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata” (QS. Al Baqarah 2:168).

Ayat ini menegaskan bahwa kehalalan dan kebaikan (*thayyib*) merupakan syarat utama dalam konsumsi. Produk halal non-bersertifikasi yang status kehalalannya tidak jelas bertentangan dengan perintah ini, karena menimbulkan keraguan dan ketidakpastian bagi konsumen Muslim.

Selain itu, Allah SWT juga berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (QS An-Nisa 4:29).

Klaim halal yang tidak didukung bukti yang sah dapat dikategorikan sebagai bentuk perolehan harta secara batil, karena memanfaatkan kepercayaan religius konsumen.

Dalam hukum ekonomi syariah, transaksi harus bebas dari unsur gharar (ketidakjelasan) dan tadlis (penipuan). Klaim halal tanpa sertifikasi menimbulkan gharar karena konsumen tidak memperoleh kepastian tentang status produk. Ketika penjual atau platform mengetahui ketidakjelasan tersebut tetapi tetap memasarkan produk sebagai halal, maka unsur tadlis juga muncul. Integrasi prinsip syariah dalam

tata kelola marketplace bukan hanya memungkinkan, tetapi juga mendesak. Penerapan verifikasi sertifikat halal digital, kerja sama dengan otoritas halal, serta edukasi konsumen merupakan bentuk implementasi nilai keadilan ('*adl*), kejujuran (*ṣidq*), dan amanah yang menjadi fondasi muamalah Islam.

Tabel 1.1 Analisis Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Marketplace

Aspek Analisis	Kondisi Faktual di Marketplace	Ketentuan Hukum Positif	Perspektif Hukum Ekonomi Syariah	Implikasi Hukum
Status Produk Halal	Banyak produk diklaim halal tanpa sertifikat resmi	UU No. 33 Tahun 2014 mewajibkan sertifikasi halal	Produk harus halal dan <i>thayyib</i>	Ketidakpastian hukum dan pelanggaran kewajiban sertifikasi
Informasi Produk	Informasi halal disampaikan sepihak oleh penjual	UU No. 8 Tahun 1999 mewajibkan informasi benar dan jujur	Larangan <i>tadlis</i> (penipuan)	Konsumen Muslim berpotensi dirugikan
Posisi Konsumen Muslim	Konsumen sulit memverifikasi kehalalan produk	Hak konsumen atas keamanan dan kepastian hukum	Perlindungan <i>ḥifz al-dīn</i> dan <i>ḥifz al-māl</i>	Konsumen berada pada posisi lemah
Peran Marketplace	Marketplace hanya bertindak sebagai perantara	PSE wajib menyelenggarakan sistem yang bertanggung jawab	Prinsip amanah dan keadilan	Marketplace tidak dapat sepenuhnya lepas tanggung jawab
Verifikasi Sertifikat Halal	Tidak ada verifikasi wajib oleh platform	Tidak diatur rinci dalam teknis marketplace	Menghindari <i>gharar</i> (ketidakjelasan)	Perlunya regulasi teknis verifikasi

Tanggung Jawab Hukum	Dibebankan pada penjual	Prinsip duty of care dan perlindungan konsumen	Tanggung jawab kolektif (mas'uliyah)	Marketplace dapat dimintai tanggung jawab
Unsur Gharar	Status halal tidak jelas	Tidak diatur eksplisit	Gharar dilarang dalam muamalah	Transaksi berpotensi tidak sah secara syariah
Unsur Masalah	Fokus pada keuntungan ekonomi	Perlindungan konsumen sebagai tujuan hukum	Kemaslahatan umat (maqāṣid al-syarī'ah)	Perlunya keseimbangan bisnis dan etika
Mekanisme Pengaduan	Ada, namun tidak spesifik halal	Hak konsumen untuk mengadu	Keadilan ('adl) dan penyelesaian sengketa	Mekanisme belum efektif
Model Ideal Perlindungan	Belum terintegrasi	Sinergi UU Perlindungan Konsumen & JPH	Perlindungan maqāṣid al-syarī'ah	Diperlukan regulasi dan kebijakan khusus

Penjelasan tabel di atas menggambarkan secara sistematis keterkaitan antara kondisi faktual peredaran produk halal non-bersertifikasi di marketplace dengan ketentuan hukum positif dan perspektif hukum ekonomi syariah. Pada aspek status produk halal, tabel menunjukkan bahwa masih banyak produk yang diklaim halal tanpa didukung sertifikat resmi. Kondisi ini bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang mewajibkan sertifikasi halal bagi produk yang beredar di Indonesia, sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum bagi konsumen Muslim. Ketidakjelasan status halal tersebut juga berdampak pada lemahnya posisi konsumen yang tidak memiliki kemampuan memverifikasi kehalalan produk secara mandiri.

Lebih lanjut, pada aspek informasi produk, tabel menegaskan bahwa penyampaian informasi halal di marketplace masih didominasi klaim sepihak dari

penjual. Praktik ini berpotensi melanggar hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, kondisi tersebut mengandung unsur *tadlis* (penipuan) dan *gharar* (ketidakjelasan) yang dilarang dalam transaksi muamalah. Oleh karena itu, peredaran produk halal non-bersertifikasi tidak hanya bermasalah secara hukum positif, tetapi juga tidak sejalan dengan prinsip keadilan dan kejujuran dalam Islam.

Tabel tersebut juga menyoroti peran dan tanggung jawab penyedia platform marketplace. Meskipun marketplace sering memosisikan diri sebagai perantara, tabel menunjukkan bahwa platform memiliki tanggung jawab hukum dan moral karena memperoleh keuntungan ekonomi serta menyediakan fitur kategorisasi dan promosi produk. Dalam hukum positif, marketplace sebagai penyelenggara sistem elektronik wajib menerapkan prinsip kehati-hatian, sedangkan dalam hukum ekonomi syariah, platform dituntut menjalankan prinsip amanah dan maslahah. Dengan demikian, tabel ini menegaskan urgensi penguatan regulasi teknis, verifikasi sertifikat halal digital, dan sinergi antara hukum perlindungan konsumen dan prinsip *maqāṣid al-syarī'ah* untuk mewujudkan perlindungan konsumen Muslim yang adil dan berkelanjutan di era marketplace.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen Muslim dalam peredaran produk halal non-bersertifikasi di marketplace secara normatif telah memiliki dasar hukum yang kuat melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Namun, dalam praktiknya, implementasi regulasi tersebut masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam konteks perdagangan elektronik. Masih maraknya produk halal non-bersertifikasi yang beredar di marketplace menunjukkan adanya kesenjangan antara ketentuan hukum dan realitas digital. Konsumen Muslim berada pada posisi rentan akibat minimnya transparansi dan verifikasi atas klaim halal, sehingga hak atas informasi yang benar dan kepastian hukum belum terpenuhi secara optimal. Kondisi ini menegaskan bahwa perlindungan konsumen Muslim di era marketplace masih bersifat normatif dan belum sepenuhnya efektif dalam memberikan jaminan kehalalan produk.

Lebih lanjut, penelitian ini menegaskan bahwa penyedia platform marketplace tidak dapat melepaskan diri dari tanggung jawab hukum atas beredarnya produk halal non-bersertifikasi. Marketplace yang memperoleh keuntungan ekonomi dari transaksi serta menyediakan fitur kategorisasi dan promosi produk memiliki kewajiban untuk menerapkan prinsip kehati-hatian dan tanggung jawab aktif dalam memastikan kebenaran informasi halal. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, praktik peredaran produk halal non-bersertifikasi bertentangan dengan prinsip halal dan *thayyib*, mengandung unsur *gharar* dan berpotensi menimbulkan mudarat bagi

konsumen Muslim. Oleh karena itu, integrasi prinsip maqāṣid al-syarī'ah, khususnya perlindungan agama (ḥifz al-dīn) dan perlindungan harta (ḥifz al-māl), menjadi sangat penting dalam tata kelola marketplace. Penguatan regulasi, verifikasi sertifikasi halal digital, serta peningkatan tanggung jawab platform merupakan langkah strategis untuk mewujudkan perlindungan konsumen Muslim yang berkeadilan, berkelanjutan, dan sesuai dengan nilai-nilai hukum Islam di era ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrori, M. (2024). Kompensasi dan Keuntungan SDM Sebagai Bentuk Motivasi Kerja Karyawan Bidang Pendidikan. *Relevancia: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 1(01), 1-12.
- ADINDA, A. K. (2025). *ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PRAKTIK PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM LAYANAN SHOPEE PAYLATER (Studi pada Gen Z di Kota Bandar Lampung)*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.
- Agustina, A. D., & Yazid, M. (2026). *TERHADAP TREN BANK EMAS DIGITAL BYOND BY BSI*. 5, 1-13.
- Al Mubarak, M. A. R., Malihah, L., Mu'minah, M., & Ma'mun, M. Y. (2023). Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. *Al-Adl : Jurnal Hukum*, 15(1), 214. <https://doi.org/10.31602/al-adl.v15i1.7072>
- Aprizal, A., & Wiranatakusuma, D. B. (2025). Trends and emerging issues on Islamic banking performance: bibliometrics analysis. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 6(1), 41-60.
- Baidhowi, B. (2025). Perlindungan Konsumen Pada Produk Pembiayaan Syariah Berbasis Aplikasi: Konstruksi Hukum Di Era Digital. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 3(2).
- Chikita, E. A. (2024). *Rekonstruksi Regulasi Perjanjian Jual Beli Melalui Transaksi Elektronik Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen Berbasis Nilai Keadilan*. Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia).
- Fiantika, Wasil M, Jumiyati, Honesti, Wahyuni, Jonata, E. a. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasini* (Issue Maret).
- Fista, Y. L., Aris Machmud, & Suartini, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177-189. <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>
- Harun, I. A. (2022). Implementasi Konsep Maslahah Mursalah Dalam Ekonomi Islam Menurut Tokoh Islam Dan Jumhur Ulama. *Jurnal Economina*, 1(3), 563-577. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.132>
- Heng, R. J., & Lie, G. (2025). *PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI CROSS-BORDER PADA PLATFORM MARKETPLACE DIGITAL*

- BERDASARKAN HUKUM POSITIF INDONESIA. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(10), 3886–3899.
- Humam, N. M. (2025). Perlindungan Konsumen Muslim di Marketplace : Urgensi Transparansi Sertifikat Halal Digital (Studi pada Shopee). *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 8, 102–113.
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 114–133.
- Ismail Nurdin, M. S., & Dra. Sri Hartati, M. S. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL* (S. H. Lutfiah (ed.)). Media Sahabat Cendikia.
- KHABIB KOMEINI, K. K. (2025). *PERLIDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE DI KABUPATEN SEMARANG PERSPEKTIF HAK ASASI MANUSIA*. UPT. Perpustakaan Undaris.
- Khasanah, K. (2025). Ensuring Legal Protection for Halal Product Consumers in Indonesia's Marketplaces: Shariah Compliance and Regulatory Gaps. *Hikmatuna: Journal of Integrative Islamic Studies*, 11(1), 39–52.
- Mahardeka, T. J. (2024). *Rekonstruksi Perlindungan Hukum Konsumen Bagi Pengguna Layanan Pendanaan Berbasis Teknologi Informasi (Kredit Online) Dengan Nilai Keadilan*. Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia).
- Mohd Noh, M. S., Nor Azelan, S. H., & Zulkepli, M. I. S. (2025). A review on Gharar dimension in modern Islamic finance transactions. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 16(5), 976–989.
- Najla, N. (2023). CONSUMER PROTECTION AGAINST THE FALSE DESCRIPTION OF HALAL IN E-COMMERCE. *Journal Of Legal Studies*, 2(2), 657–675.
- Panggabean, A. S. D., Bondar, L. A. S., Tampubolon, P. M., Silalahi, J. A., & Anggusti, M. (2024). Perbandingan Hukum Usaha Jasa Titip: Perspektif Hukum Bisnis Indonesia dan Thailand. *Al-Muamalat Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 9(2), 37–57.
- Patria, D. K. K., & Rokhim, A. (2025). Klausula Eksonerasi Dalam E-Commerce: Antara Kebebasan Berkontrak Dan Penyalahgunaan Keadaan. *Jurnal USM Law Review*, 8(3), 1743–1757.
- Prayuti, Y. (2024). Dinamika perlindungan hukum konsumen di era digital: Analisis hukum terhadap praktik e-commerce dan perlindungan data konsumen di Indonesia. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 5(1), 903–913.
- Ramadhani, M., Emrizal, E., & Zulkifli, Z. (2024). ISLAMIC PERSPECTIVES ON CLAW MACHINE TRANSACTIONS. *Al Ushuliy: Jurnal Mahasiswa Syariah Dan Hukum*, 3(2), 125–134.
- Reysha Aurelia Shabilla, Yunesia Amelia Renanta, & Sidi Ahyar Wiraguna. (2025). Dampak Perlindungan Data Pribadi Konsumen dalam Transaksi Online pada Marketplace terhadap Kepuasan Konsumen. *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 202–217. <https://doi.org/10.62383/wissen.v3i2.748>

- Seran, D. F., Wijaya, A., & Nugraha, S. (2025). Klausula Baku dalam Perjanjian Layanan Digital: Analisis Perbandingan Prinsip Hukum Perdata dan UU Perlindungan Konsumen. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(2), 3654–3676.
- Ummul Muktaze, Lia Waroka, M. A. (2024). TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP GAME MOBILE LEGENDS PADA PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT. *KASBANA : Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah*, 4(2), 1–13.
- Usman, Muhammad Abrori, N. M. (2025). ANALISIS HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PENJUALAN MAKANAN RINGAN TANPA KEMASAN BERSEGEL Usman1,. *KASBANA : Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah*, 5(1), 23–42.
- Widiarty, W. S., & Saragih, R. V. (2024). *Hukum Perlindungan Konsumen di Era Globalisasi*. Publika Global Media.
- Yeni, F., Mulyani, S. R., & Susriyanti, S. (2023). Islamic financial literacy, spiritual intelligence, public perception and behaviour on public interest in Islamic banking services. *Cogent Economics & Finance*, 11(1), 2175470.
- Zainul Arifin, Nur Muslimah, M. A. (2025). ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN HUKUM POSITIF ATAS PRAKTIK PEMBULATAN HARGA DALAM SISTEM CASH ON DELIVERY PADA E-COMMERCE SHOPEE. *KASBANA : Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah*, 5(1), 1–22. <https://doi.org/10.36778/jesy.v3i2.227.2>
- Zakiyah, N., Barakah, A., & Hanief, A. (2025). Scratch Card Transactions with Prizes from an Islamic Legal Perspective: A Study in Dekatagung Village, Gresik. *ASAS*, 17(01), 110–124.