

PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS TRANSAKSI PRODUK HALAL MELALUI E-COMMERCE

Khaidar Alifika El Ula¹, Dedy Suwandi², Mukharom³, dan Tumanda Tamba⁴

¹Fakultas Hukum, Universitas Semarang, Semarang, Indonesia.

khaidar@usm.ac.id@gmail.com

²Fakultas Hukum, Universitas Semarang, Semarang, Indonesia.

dedys.law@gmail.com

³Fakultas Hukum, Universitas Semarang, Semarang, Indonesia.

mukharoms2@yahoo.co.id

⁴Fakultas Hukum, Universitas Semarang, Semarang, Indonesia.

tumanda.tamba@gmail.com

Abstrak

The advancement of digital technology has driven a significant increase in halal product transactions through e-commerce platforms. This condition not only expands market opportunities but also presents a number of new challenges, particularly regarding the authenticity of halal certificates, product information transparency, and consumer protection against the risk of harmful misleading information. In the Indonesian legal context, Law Number 33 of 2014 concerning Halal Product Assurance and Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection play pivotal roles as instruments to guarantee consumer rights to Sharia-compliant products as well as consumer protection standards. This study employs a normative juridical method with statutory and conceptual approaches, thereby providing a comprehensive overview regarding the relevance of regulations to practices in the field. The analysis results indicate that although regulations provide a sufficiently strong legal basis, their implementation still faces obstacles, such as weak supervision of digital transactions, low consumer literacy in verifying product halal status, and the complexity of cross-platform and cross-border oversight. Therefore, it is necessary to strengthen regulations that are responsive to technological developments, establish more solid synergy between supervisory institutions, and increase consumer awareness and literacy regarding halal product verification. Through these measures, consumer protection in halal product transactions via e-commerce can be achieved optimally and sustainably.

Kata kunci: Produk Halal, E-commerce, UUJPH, UUPK

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah mengubah pola konsumsi masyarakat dari cara konvensional ke platform digital. E-commerce (perdagangan elektronik) menjadi pilihan utama karena kemudahan, efisiensi waktu, dan akses ke berbagai produk yang lebih luas. Bagi konsumen Muslim, permintaan akan produk halal menjadi kebutuhan esensial yang memengaruhi keputusan pembelian. Namun, transaksi daring menimbulkan isu baru, seperti ketidaksesuaian produk dengan deskripsi, penipuan, hingga keraguan atas status kehalalan produk yang dibeli, semua kebutuhan primer, pangan, sandang, dan papan. Kebutuhan pangan merupakan kebutuhan yang sangat penting karena pangan berkaitan dengan upaya manusia dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Pangan berupa makanan dan minuman merupakan sumber energi bagi tubuh manusia sehingga tanpa makan dan minum yang cukup jumlah dan mutunya, manusia tidak akan produktif dalam melakukan aktivitasnya¹

Transaksi *online* pada umumnya menempatkan konsumen pada posisi yang lemah sebab konsumen dan pelaku usaha tidak bertemu secara langsung sehingga potensi konsumen menderita kerugian semakin tinggi.² Salah satu perbuatan pelaku usaha yang dapat merugikan konsumen yaitu dengan memperdagangkan produk makanan yang tidak memenuhi persyaratan keamanan.

UU Perlindungan Konsumen yang berisikan 9 (Sembilan) butir mengenai hak atas konsumen menyatakan bahwa masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling penting dan utama terhadap perlindungan konsumen dan juga dalam masalah mursalah memiliki hal penting juga yang mencakup kebaikan dan kegunaan dalam konsumen dan telah menjadi dasar hukum utama dalam perlindungan konsumen di Indonesia, hukum ini belum sepenuhnya mengakomodasi prinsip-prinsip syariah secara

¹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009, 169

² Abdul Halim Barkatullah, *Urgensi Perlindungan Hak-hak Konsumen Dalam Transaksi Di ECommerce*, Jurnal Hukum, No. 2, Vol. 14, April, 2007, 249

eksplisit³ dengan ketidakhadiran nilai-nilai syariah seperti larangan transaksi yang mengandung ketidakjelasan yang berlebihan (*gharar*), Kegiatan yang mengandalkan keberuntungan atau spekulasi (*maysir*), dan Pengambilan tambahan atau kelebihan atas pokok (*riba*) dalam regulasi positif menimbulkan kekosongan hukum dari perspektif Islam, terutama dalam transaksi online, sistem keuangan digital, dan produk bersertifikat halal.

Berdasarkan kondisi di atas, upaya pemberdayaan konsumen menjadi sangat penting. Untuk mewujudkan pemberdayaan konsumen akan sangat sulit jika mengharapkan kesadaran dari pelaku usaha terlebih dahulu. Karena prinsip yang dianut oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan perekonomiannya adalah prinsip ekonomi, yaitu mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Artinya, dengan pemikiran umum seperti ini, sangat mungkin konsumen akan dirugikan baik secara langsung maupun tidak langsung

Di tengah pesatnya kemajuan teknologi dan industri, perlindungan konsumen menjadi krusial, karena konsumen seringkali rentan terhadap pemasaran yang menyesatkan oleh pelaku bisnis yang kuat. Ketimpangan ini menjelaskan perlunya kerangka hukum dan mekanisme kelembagaan yang kuat untuk menjamin keadilan, transparansi, akuntabilitas, dan perlindungan hak-hak konsumen.⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK) melindungi konsumen dari kerugian yang disebabkan oleh produk di bawah standar dan mempromosikan keadilan dan akuntabilitas dalam bisnis, memastikan praktik yang bertanggung jawab, informasi yang akurat, dan pasar yang transparan dan dapat dipercaya. Di era perdagangan digital, UUPK melengkapi peraturan lain seperti jaminan produk halal, menciptakan kerangka kerja yang komprehensif untuk menegakkan hak-hak konsumen, membangun kepercayaan, dan memastikan perdagangan digital tumbuh secara bertanggung

³ Nur Haryono, 'Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia' *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora* 2024

⁴ Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Pemberdayaan *Hak-Hak Konsumen di Indonesia* (Jakarta: Direktorat Perlindungan Konsumen Ditjen Perdagangan dalam Negeri Departemen Perindustrian dan Perdagangan bekerjasama dengan Yayasan Gemainti, 2001), hlm. 28.

jawab dengan tetap menjaga perlindungan konsumen yang kuat.⁵ Dalam praktiknya, perlindungan konsumen untuk produk halal dalam *e-commerce* masih menghadapi tantangan besar, termasuk lemahnya pengawasan transaksi daring, terbatasnya akses untuk memverifikasi sertifikat halal, dan rendahnya kesadaran hukum masyarakat. Melindungi konsumen dalam *e-commerce* halal membutuhkan pendekatan komprehensif yang memperkuat dan menyelaraskan Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Sinergi yang efektif antara kedua undang-undang ini menjamin integritas kehalalan produk, melindungi hak-hak konsumen, dan menciptakan sistem pemantauan, verifikasi, dan regulasi yang andal, sehingga menumbuhkan kepercayaan dan keadilan di pasar digital.⁶

Meskipun terdapat regulasi *e-commerce*, perlindungan konsumen masih lemah akibat rendahnya kesadaran masyarakat akan hak-hak hukum dan persepsi bahwa proses hukum rumit dan tidak efektif. Hal ini menghambat konsumen dalam memperjuangkan hak-hak mereka, yang menyebabkan stagnasi penegakan hukum di sektor *e-commerce*. Oleh karena itu, peningkatan literasi hukum, kepercayaan publik, dan responsivitas kelembagaan sangat penting untuk memperkuat perlindungan konsumen dan memastikan perdagangan daring yang adil dan transparan.⁷ Sebuah studi oleh Belly Riawan dan I Made Mahartayasa menunjukkan bahwa meskipun *e-commerce* menawarkan kemudahan, hal ini juga memungkinkan terjadinya penipuan konsumen daring karena kurangnya interaksi langsung antara pembeli dan penjual. Penelitian ini menyoroti perlunya regulasi yang lebih ketat, pengawasan yang lebih baik, dan peningkatan kesadaran publik untuk melindungi konsumen, memastikan transparansi, dan menumbuhkan kepercayaan di pasar digital.⁸ Berdasarkan latar

⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁶ Sari, D. P. "Implementasi UU Jaminan Produk Halal dalam Era Digitalisasi Perdagangan", *Jurnal Ilmu Hukum*, 12(2), (2021), hlm. 213-229.

⁷ Ambar Wariati dan Nani Irma Susanti, "E-commerce dalam Perspektif Perlindungan Konsumen", *Pro-Bank Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1, 2 (November, 2014), hlm.2.

⁸ Belly Riawan dan I Made Mahartayasa, "Perlindungan Konsumen dalam Kegiatan Transaksi Jual Beli Online di Indonesia", *Kertha Semaya*, 03, 01, (Januari, 2015), hlm.34.

belakang diatas, maka dirumuskan permasalahan 1. Bagaimana pengaturan perlindungan konsumen atas transaksi produk halal melalui e-commerce menurut UU JPH dan UUPK?; 2. Bagaimana penerapan perlindungan konsumen dalam praktik transaksi e-commerce; dan 3. Apa tantangan dan solusi perlindungan hukum konsumen terkait produk halal secara daring

Penelitian ini menggunakan pendekatan hukum normatif yang menggabungkan metode perundang-undangan dengan metode konseptual, yang mengkaji teori-teori tentang hak-hak konsumen, transaksi elektronik, dan sertifikasi halal. Pendekatan gabungan ini memberikan analisis hukum yang komprehensif untuk memperjelas peraturan dan memperkuat perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik halal, memastikan kepatuhan, dan menumbuhkan kepercayaan konsumen, Sumber data yang digunakan bersifat data sekunder, meliputi: Bahan hukum primer: Peraturan perundang-undangan yang mengikat, antara lain Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH), Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Peraturan Pemerintah No. 39 Tahun 2021, dan peraturan pelaksanaan lainnya, yang menjadi kerangka hukum inti jaminan produk halal dan perlindungan konsumen. Bahan hukum sekunder: Sumber daya ilmiah dan institusi seperti literatur hukum, buku akademis, artikel jurnal peer-review, laporan dari institusi seperti BPJPH, dan hasil penelitian sebelumnya, memberikan interpretasi, konteks, dan dukungan empiris untuk analisis hukum. Bahan hukum tersier: Sumber referensi termasuk kamus hukum, ensiklopedia hukum, dan dokumen pendukung lainnya, yang membantu memperjelas terminologi, konsep, dan konteks hukum yang lebih luas.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mendefinisikan perlindungan konsumen sebagai segala upaya untuk menjamin kepastian hukum dan menjaga hak-hak konsumen, menciptakan pasar yang kondusif, mendorong akuntabilitas usaha, dan

mendorong keadilan, kepercayaan, serta stabilitas dalam transaksi ekonomi.⁹ Konsumen adalah “setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.¹⁰ Konsumen didefinisikan sebagai individu atau kelompok yang menggunakan barang atau jasa untuk kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangga, alih-alih untuk dijual kembali atau mencari keuntungan. Perbedaan ini memastikan bahwa perlindungan hukum secara khusus ditujukan kepada pengguna non-komersial, melindungi hak mereka atas perlakuan yang adil, jaminan kualitas, dan jalur hukum di pasar.

1. Bagaimana pengaturan perlindungan konsumen atas transaksi produk halal melalui e-commerce menurut UU JPH dan UUPK

Perlindungan konsumen sangat penting di Indonesia, terutama karena transaksi produk halal beralih ke *e-commerce*, yang menciptakan peluang sekaligus risiko. Undang-undang seperti UUPK dan UU JPH memberikan landasan hukum untuk menjamin hak-hak konsumen, transparansi, akuntabilitas bisnis, dan sertifikasi halal, serta mendorong transaksi daring yang etis, aman, dan tepercaya sekaligus melindungi kepentingan agama dan ekonomi. Pasal 1 Angka (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen membedakan konsumen akhir, yang merupakan pengguna akhir, dari konsumen perantara, dengan fokus perlindungan pada pengguna akhir. Undang-undang ini secara luas mendefinisikan pelaku usaha dan menekankan tanggung jawab mereka untuk bertindak secara etis dan transparan, guna memastikan perdagangan yang adil. Penegakan hukum yang kuat sangat penting untuk melindungi konsumen, menjaga integritas pasar, dan menjunjung tinggi kepercayaan, terutama dalam ekonomi digital Indonesia yang berkembang pesat dan kompleks.¹¹ Cakupan

⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Pasal 1 Ayat 1.

¹⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Pasal 1 Ayat 2.

¹¹ Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan bagi Konsumen di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm.4.

perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:¹² a. Perlindungan konsumen memastikan bahwa barang atau jasa yang dikirimkan sesuai dengan yang disepakati, menjamin konsumen menerima produk sesuai dengan kualitas, kuantitas, dan spesifikasi yang dijanjikan; b. Perlindungan konsumen juga melindungi konsumen dari ketentuan kontrak yang tidak adil atau sepihak, yang mewajibkan pelaku usaha untuk bertindak transparan dan jujur, sehingga mendorong terciptanya pasar yang adil, tepercaya, dan andal, baik dalam perdagangan tradisional maupun digital..

Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) mewajibkan semua produk untuk konsumsi publik untuk mendapatkan sertifikasi halal, memberikan jaminan hukum dan etika bahwa produk tersebut mematuhi hukum Islam dan memungkinkan konsumen Muslim untuk membuat pilihan yang tepat sesuai dengan keyakinan mereka. Proses sertifikasi ini diawasi oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) bekerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI), yang mengeluarkan fatwa halal, dan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), yang melakukan verifikasi teknis. Melengkapi ini, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memastikan bahwa konsumen menerima informasi yang akurat, jelas, dan jujur tentang produk dan layanan, melindungi mereka dari misinformasi dan penipuan. Bersama-sama, undang-undang ini menciptakan kerangka hukum terpadu yang menjunjung tinggi kepatuhan agama dan hak-hak konsumen, mendorong pasar yang adil, transparan, dan dapat dipercaya untuk produk halal baik dalam konteks bisnis maupun konsumen.¹³

Dalam *e-commerce*, Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memainkan peran penting dalam melindungi konsumen di tengah transaksi digital tidak langsung. UU JPH memastikan bahwa produk yang dijual daring bersertifikat halal resmi, menjamin keaslian dan kepatuhan terhadap syariat Islam, sementara UUPK melindungi konsumen dari penipuan, informasi menyesatkan,

¹² Happy Sutanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan* (Jakarta: Visimedia, 2008), hlm.4.

¹³ Ahmad, I. "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik: Tinjauan Hukum Positif Indonesia", *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 50(3), (2020), hlm. 655-672.

dan praktik bisnis yang tidak adil. Integrasi undang-undang ini membangun kerangka hukum yang kuat yang mendorong transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan, menciptakan lingkungan yang aman dan terprediksi yang menyeimbangkan kepatuhan agama dengan hak-hak konsumen secara umum, sehingga meningkatkan keadilan dan kepercayaan di sektor *e-commerce* Indonesia yang sedang berkembang.¹⁴

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menekankan perlunya keseimbangan antara hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha, khususnya dalam transaksi produk halal. Pasal 4 menjamin hak konsumen atas keselamatan, keamanan, informasi yang jelas dan benar, serta kompensasi ketika barang atau jasa tidak memenuhi standar yang disepakati. Khusus untuk produk halal, UUPK memastikan konsumen mendapatkan informasi tentang bahan, proses produksi, dan distribusi, sehingga mereka dapat membuat pilihan yang konsisten dengan prinsip agama dan etika mereka. Kerangka kerja ini mengintegrasikan pertimbangan moral, spiritual, dan hukum, yang memperkuat perlindungan konsumen dan praktik bisnis yang bertanggung jawab di pasar Indonesia.

Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) mengamanatkan pelaku usaha untuk menjaga transparansi, akuntabilitas, dan kepatuhan terhadap standar hukum dan mutu, serta menyediakan informasi yang akurat dan lengkap tentang produk mereka. Dalam transaksi produk halal daring, tanggung jawab ini mencakup verifikasi klaim halal dengan sertifikasi yang sah dari lembaga berwenang. Dengan memenuhi kewajiban ini, pelaku usaha melindungi konsumen dari penipuan dan misinformasi, meningkatkan kepercayaan publik terhadap pasar digital, dan mendorong perdagangan etis, memastikan bahwa transaksi *e-commerce* adil, kredibel, dan selaras dengan hak konsumen serta prinsip-prinsip agama.

Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) menetapkan kerangka hukum yang memastikan konsumen Muslim dapat memverifikasi status kehalalan produk di Indonesia

¹⁴ Rachmawati, N. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2019.

dengan yakin. Undang-undang ini mengamanatkan sertifikasi halal untuk semua produk yang masuk, didistribusikan, atau diperdagangkan di Indonesia, kecuali yang seluruhnya terbuat dari bahan yang dilarang, sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) mengawasi proses registrasi, inspeksi, verifikasi, dan sertifikasi, termasuk pemantauan transaksi pasar digital untuk mencegah penipuan konsumen. Undang-undang ini juga mewajibkan pelabelan yang jelas pada kemasan dan daftar daring untuk memberikan informasi yang akurat kepada konsumen. Secara keseluruhan, UU JPH mendorong akuntabilitas bisnis, memperkuat kepercayaan konsumen, dan menyelaraskan prinsip-prinsip agama, etika, dan komersial dalam sistem perlindungan konsumen Indonesia.

Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) bekerja sama untuk memberikan perlindungan yang komprehensif bagi konsumen di Indonesia. UUPK melindungi hak-hak konsumen secara umum dengan memastikan praktik bisnis yang adil, informasi yang akurat, dan keamanan produk, sementara UU JPH secara khusus menjamin bahwa produk memenuhi standar halal, yang memenuhi kebutuhan keagamaan konsumen Muslim. Integrasi kedua undang-undang ini menciptakan kerangka hukum terpadu yang menjunjung tinggi kesejahteraan konsumen dan kepatuhan beragama, serta mendorong perilaku bisnis yang etis, akuntabilitas, dan kepercayaan konsumen, terutama di sektor *e-commerce* yang berkembang pesat. Dalam kasus klaim halal yang menyesatkan, konsumen dapat menggunakan UUPK untuk menuntut ganti rugi dan UU JPH untuk memverifikasi sertifikasi halal, sehingga meningkatkan perlindungan hukum dan memperkuat kepercayaan publik terhadap perdagangan, khususnya dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*).

2. Bagaimana penerapan perlindungan konsumen dalam praktik transaksi e-commerce

Pertumbuhan pesat *e-commerce* telah meningkatkan kemudahan dan akses terhadap beragam produk, termasuk produk bersertifikat halal, namun juga menimbulkan tantangan signifikan bagi perlindungan konsumen. Isu-isu krusial meliputi memastikan kepastian

hukum untuk sertifikasi halal, menjaga transparansi dan keakuratan informasi produk, serta memperkuat pengawasan pemerintah untuk mencegah penipuan, klaim menyesatkan, dan praktik penipuan lainnya. Menangani tantangan-tantangan ini secara efektif sangat penting untuk menjaga kepercayaan konsumen, mendorong perilaku bisnis yang etis dan akuntabel, serta memastikan bahwa perdagangan digital berkembang sesuai dengan standar hukum dan prinsip moral. Memperkuat elemen-elemen ini membantu menciptakan lingkungan *e-commerce* yang aman, adil, dan andal yang melindungi hak-hak konsumen sekaligus mendukung operasional bisnis yang bertanggung jawab.¹⁵

Kepastian hukum dalam transaksi produk halal merupakan elemen inti perlindungan konsumen di pasar digital yang terus berkembang. Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) mewajibkan semua produk yang masuk, beredar, atau diperdagangkan di Indonesia harus memiliki sertifikasi halal. Hal ini memberikan jaminan hukum dan etika bagi konsumen Muslim terkait kehalalan produk yang mereka beli. Peraturan ini bertujuan untuk mendukung kepatuhan beragama dan membangun kepercayaan konsumen. Namun, dalam praktiknya, terutama di platform *e-commerce*, banyak produk masih dipasarkan dengan label atau klaim "halal" tanpa sertifikasi resmi dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Hal ini menciptakan ketidakpastian bagi konsumen yang mengandalkan label tersebut untuk membuat keputusan pembelian yang tepat dan memunculkan tantangan dalam menegakkan kepatuhan regulasi secara daring. Selain itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memperkuat perlindungan ini dengan melarang pelaku usaha memproduksi atau mendistribusikan barang yang tidak memenuhi standar, label, atau jaminan yang ditetapkan. Hal ini bertujuan untuk melindungi konsumen dari penipuan, kerugian finansial, atau kerugian. Meskipun demikian, mekanisme verifikasi pada platform digital masih terbatas, sehingga menyulitkan konsumen untuk mengonfirmasi keaslian

¹⁵ Luthfi, M., "Implementasi UU Jaminan Produk Halal dalam Transaksi Online," *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Vol. 50, No. 2, 2020.

sertifikasi halal dalam transaksi daring. Kesenjangan antara ketentuan hukum dan implementasi praktis ini menyoroti tantangan yang terus dihadapi dalam memastikan perlindungan konsumen yang efektif dalam *e-commerce* halal, menggarisbawahi kebutuhan mendesak akan pengawasan yang lebih kuat, sistem verifikasi teknologi yang canggih, dan penegakan hukum yang lebih ketat untuk memastikan praktik daring selaras dengan standar hukum..

Beberapa *platform e-commerce* memang telah menerapkan kebijakan untuk mewajibkan penjual mencantumkan nomor sertifikat halal, tetapi penerapan aturan ini masih belum merata. Kondisi tersebut diperparah dengan rendahnya literasi konsumen terkait cara memverifikasi keabsahan sertifikat halal, yang pada akhirnya membuat konsumen semakin rentan terhadap misinformasi dalam transaksi produk halal secara daring.

Mekanisme pengawasan dan penegakan hukum terhadap produk halal di ranah *e-commerce* masih menghadapi sejumlah hambatan. Salah satu kendala utama terletak pada keterbatasan koordinasi antara lembaga terkait, seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Kementerian Perdagangan, dan platform penyedia layanan *e-commerce*. Kondisi ini membuat pengawasan terhadap keaslian dan legalitas produk halal yang beredar secara daring belum berjalan optimal. Selain itu, praktik *cross-border e-commerce* atau pemasaran produk impor juga menimbulkan tantangan tersendiri. Tidak sedikit produk impor yang dipasarkan tanpa sertifikat halal dari BPJPH, sehingga menimbulkan ketidakpastian bagi konsumen mengenai pengakuan resmi terhadap sertifikat halal yang diterbitkan di luar negeri. Di sisi lain, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) sebenarnya telah menyediakan instrumen penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Namun, akses dan pemanfaatan lembaga ini masih terbatas, terutama karena minimnya pengetahuan konsumen *e-commerce* mengenai peran BPSK sebagai saluran penyelesaian sengketa yang dapat mereka gunakan.

Tanggung jawab *platform e-commerce* pada dasarnya terletak pada kewajiban hukum untuk memastikan setiap produk yang diperdagangkan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan. Akan tetapi, dalam praktiknya, tanggung jawab tersebut kerap dialihkan sepenuhnya kepada penjual individu. Beberapa *platform* besar memang telah memberlakukan kebijakan internal, seperti mekanisme verifikasi toko atau sertifikasi penjual, tetapi belum terdapat standar yang seragam antarplatform. Akibatnya, tingkat perlindungan konsumen masih sangat bergantung pada kebijakan masing-masing platform, sehingga menimbulkan potensi ketidakmerataan dalam perlindungan hukum yang diterima konsumen.

Upaya perlindungan konsumen terus diperkuat oleh pemerintah melalui penerapan regulasi yang mewajibkan sertifikasi halal pada produk makanan, minuman, kosmetik, serta barang konsumsi tertentu yang beredar di Indonesia, termasuk yang dipasarkan secara daring melalui *e-commerce*. Untuk memastikan efektivitas regulasi tersebut, diperlukan kolaborasi yang lebih erat antara Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), serta berbagai *platform e-commerce* dalam membangun sistem integrasi data sertifikat halal yang memungkinkan konsumen melakukan verifikasi secara langsung. Selain itu, edukasi kepada konsumen juga menjadi langkah penting guna meningkatkan kesadaran masyarakat agar lebih kritis dalam menilai keaslian produk yang diklaim halal.

3. Apa tantangan dan solusi perlindungan hukum konsumen terkait produk halal secara daring

Salah satu tantangan utama dalam melindungi konsumen produk halal dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*) adalah memverifikasi keaslian sertifikat halal yang diberikan oleh penjual. Banyak konsumen kesulitan membedakan antara sertifikat resmi yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan sertifikat palsu atau yang diklaim sendiri. Masalah ini diperparah oleh terbatasnya akses terhadap informasi yang andal akibat integrasi yang kurang optimal antara sistem daring BPJPH dan platform

perdagangan elektronik, serta rendahnya literasi digital yang menyebabkan konsumen sulit mengenali sertifikat halal resmi dan rentan terhadap label yang menyesatkan atau logo yang tidak sah.

Permasalahan ini semakin diperparah oleh banyaknya produk yang tersedia daring, yang mempersulit pemantauan dan penegakan hukum dibandingkan dengan transaksi luring. Selain itu, beberapa penjual sengaja membuat klaim halal palsu untuk meningkatkan daya tarik produk mereka bagi konsumen yang mencari pilihan produk halal. Faktor-faktor ini menyoroti kebutuhan mendesak akan sistem verifikasi yang lebih kuat, peningkatan literasi digital, dan pengawasan regulasi yang lebih ketat untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa klaim halal dalam perdagangan elektronik akurat dan dapat dipercaya.¹⁶

Konsumen Muslim menghadapi risiko signifikan dalam memastikan kepatuhan halal produk karena verifikasi yang lemah dan pengawasan regulasi yang terbatas, yang dapat merusak kepercayaan pada *e-commerce* sebagai platform yang dapat diandalkan untuk produk yang sesuai dengan etika dan agama.

Perlindungan konsumen untuk produk halal dalam *e-commerce* menghadapi tantangan akibat kesenjangan regulasi antara UU JPH, yang mewajibkan sertifikasi halal oleh BPJPH, dan UUPK, yang berfokus pada keamanan produk umum dan transparansi informasi. Perbedaan ini menciptakan ketidakpastian bagi konsumen mengenai hak-hak mereka dan mempersulit penegakan hukum bagi pelaku usaha, yang berpotensi merusak kepercayaan terhadap sertifikasi halal dan pasar *e-commerce*.¹⁷

Perbedaan regulasi antara UU JPH dan UUPK menimbulkan tantangan di sektor *e-commerce* halal, termasuk kewenangan yang tumpang tindih, sanksi yang tidak konsisten, dan tanggung jawab platform yang tidak jelas. Ketiadaan regulasi digital yang spesifik memungkinkan penjual mengklaim produk halal tanpa sertifikasi resmi, sehingga membuat

¹⁶ Runto Hadiana dan Ahmad Dasuki Aly, "Transaksi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam", *Al-Mustashfa*, 3, 2 (2015), hlm.47.

¹⁷ Ratu Maemunah, "Analisa Hukum Islam Terhadap Masalah Perlindungan Konsumen yang Terjadi atas Jual Beli *E-commerce*", *Jurnal Islamiconomic*, 6, 1 (Januari-Juni, 2015), hlm.63-64.

konsumen rentan dan melemahkan kepercayaan terhadap perlindungan hukum dan pasar halal daring.

Perlindungan konsumen untuk produk halal dalam *e-commerce* juga terhambat oleh lemahnya pengawasan dan terbatasnya kapasitas penegakan hukum. Meskipun didukung oleh UU JPH dan UUPK, badan pengawas seperti BPJPH menghadapi kekurangan personel, teknologi, dan infrastruktur, sehingga sulit untuk memantau pasar daring yang luas dan memastikan kepatuhan produk, sehingga membuat konsumen rentan.¹⁸

Pelacakan penjual dan produk dalam *e-commerce* halal menjadi tantangan karena identitas penjual yang anonim atau tidak jelas. Hal ini menyulitkan pihak berwenang untuk meminta pertanggungjawaban pelanggar dan membuat konsumen berisiko membeli produk dengan status halal yang tidak terverifikasi.

Koordinasi yang lemah antar lembaga regulator, termasuk BPJPH, Kementerian Perdagangan, BPOM, dan Kominfo, semakin mempersulit penegakan hukum. Sanksi yang tidak konsisten dan mekanisme pengaduan konsumen yang tidak efektif berkontribusi pada persepsi bahwa undang-undang kurang berwenang dan gagal melindungi konsumen secara memadai.

Kesenjangan dalam pengawasan dan penegakan hukum ini menempatkan konsumen pada risiko yang signifikan sekaligus merugikan pelaku usaha yang patuh dan harus bersaing dengan penjual yang mengabaikan persyaratan hukum. Situasi ini mengancam keselamatan konsumen dan integritas pasar *e-commerce* halal, yang menggarisbawahi perlunya penegakan hukum yang lebih kuat dan koordinasi regulasi yang lebih jelas..¹⁹

C. KESIMPULAN

¹⁸ Fathurrahman, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hlm.48.

¹⁹ Gemala, *Hukum Perikatan Islam Indonesia*, hlm. 201.

Perlindungan konsumen dalam transaksi produk halal melalui *e-commerce* bertumpu pada landasan hukum yang kuat, yaitu Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Kedua undang-undang ini berperan penting dalam menjamin kepastian, keamanan, dan keadilan bagi konsumen yang bertransaksi digital. Meskipun landasan hukum ini kuat, implementasi praktis perlindungan konsumen masih menghadapi berbagai tantangan. Lemahnya pengawasan di pasar digital memungkinkan penyalahgunaan label halal, terutama untuk produk yang belum memiliki sertifikasi resmi. Permasalahan ini diperparah oleh rendahnya kesadaran konsumen terhadap verifikasi halal, karena banyak konsumen hanya mengandalkan label produk tanpa memastikan keasliannya. Hal ini membuka peluang terjadinya misinformasi dan praktik pemasaran yang tidak etis dalam perdagangan daring.

Kompleksitas *e-commerce* semakin diperparah oleh transaksi lintas platform dan lintas negara, yang seringkali melibatkan kerangka hukum dan mekanisme penegakan hukum yang berbeda antarnegara. Kesenjangan ini menghambat pengembangan sistem perlindungan konsumen yang kohesif. Penguatan perlindungan konsumen halal dalam konteks ini membutuhkan strategi komprehensif yang mencakup regulasi yang responsif dan berbasis teknologi, sistem pemantauan yang lebih baik, serta koordinasi yang lebih baik antara instansi pemerintah dan platform digital. Integrasi sistem *e-commerce* dengan basis data halal resmi BPJPH juga akan meningkatkan transparansi dan memungkinkan verifikasi klaim halal secara otomatis. Sinergi teknologi tersebut tidak hanya akan menyediakan informasi yang akurat dan mudah diakses oleh konsumen, tetapi juga memperkuat kepercayaan dan akuntabilitas dalam operasional bisnis digital.

Meningkatnya pentingnya jaminan halal dalam perdagangan daring menyoroti perlunya mekanisme yang sah, transparan, dan akuntabel. UU JPH memastikan bahwa semua produk yang beredar di Indonesia memenuhi standar sertifikasi halal, sementara UUPK menjamin hak konsumen atas informasi yang akurat dan perlindungan terhadap praktik penipuan.

Namun, beberapa masalah masih belum terselesaikan mulai dari label halal yang tidak jelas dan sertifikat palsu hingga keterbatasan alat verifikasi daring yang menyulitkan konsumen untuk memastikan keasliannya. Di sisi regulasi, pemerintah terus menghadapi tantangan dalam menyusun aturan teknis yang terperinci yang mengikat operator *e-commerce*, sementara pengawasan terhadap pasar daring yang luas ini masih sulit. Lebih lanjut, masuknya barang impor menghadirkan risiko tambahan, yang menekankan perlunya kolaborasi internasional untuk membangun pengakuan bersama terhadap standar halal.

Selain regulasi dan pengawasan, edukasi konsumen memainkan peran penting dalam meningkatkan mekanisme perlindungan. Banyak konsumen masih belum familiar dengan cara memverifikasi sertifikat halal melalui platform digital resmi, sehingga mereka rentan terhadap klaim yang menyesatkan atau palsu. Untuk mengatasi hal ini, kampanye edukasi publik perlu dilaksanakan secara sistematis melalui kerja sama antara pemerintah, BPJPH, dan perusahaan *e-commerce*. Beberapa kemajuan telah dicapai melalui kemitraan antara marketplace besar seperti Tokopedia dan Shopee dengan BPJPH untuk menampilkan label halal yang terverifikasi. Namun, inisiatif ini belum diterapkan secara konsisten di seluruh platform. Oleh karena itu, pendekatan yang efektif dan berkelanjutan terhadap perlindungan konsumen halal dalam *e-commerce* memerlukan sinergi reformasi hukum, peningkatan pengawasan, integrasi digital, dan peningkatan literasi konsumen. Upaya-upaya tersebut penting untuk memastikan bahwa ekonomi digital yang berkembang pesat beroperasi secara transparan, etis, dan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum dan agama.

REFERENSI

- Afrizal. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015.
- Ahmad, I. (2020). *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik: Tinjauan Hukum Positif Indonesia*. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 50(3), 655-672.
- Ali Hasan, M. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003.

- Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2001.
- BPJPH, "Laporan Kinerja Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal", 2022.
- Dewi, A. P., "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-commerce*," *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, Vol. 26, No. 3, 2019.
- Eka Rusmawati, Dianne. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce". *Fiat Justisia Jurnal Ilmu Hukum*. Vol.7, 2, (2013): 195-196.
- Fuady, Munir. *Pengantar Hukum Bisnis*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2012.
- Hendra Purwakarta, Tommy. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Universitas Atma Jaya, 2007.
- Hidayat, Enang. *Fiqih Jual Beli*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2015.
- Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-commerce*", 2021.
- Luthfi, M., "Implementasi UU Jaminan Produk Halal dalam Transaksi Online," *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Vol. 50, No. 2, 2020.
- M. Nurul Irfan, *Hukum Perlindungan Konsumen dalam Islam*, Jakarta: Amzah, 2016.
- Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.
- Rachmawati, N. (2019). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Rahman, Fathur. "Urgensi Sertifikasi Halal dalam Perdagangan Digital." *Jurnal Al-Ahkam* Vol. 30 No. 2, 2021, hlm. 203.
- Sari, D. P. (2021). *Implementasi UU Jaminan Produk Halal dalam Era Digitalisasi Perdagangan*. *Jurnal Ilmu Hukum*, 12(2), 213-229.
- Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000.
- Siahaan, Mariam Darius. *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2016, hlm. 112.
- Susanti, R. (2022). *E-commerce dan Perlindungan Konsumen: Perspektif Hukum dan Praktik di Indonesia*. *Jurnal Hukum Ekonomi*, 8(1), 45-60.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

