



PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP JAMINAN PRODUK MAKANAN HALAL PADA APLIKASI SHOPEE FOOD

Tri Yana*

Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, termasuk dalam sektor pemesanan makanan secara daring melalui layanan seperti Shopee Food. Namun, muncul persoalan mengenai kepastian hukum terhadap jaminan produk makanan halal yang dipasarkan melalui platform tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan konsumen terhadap jaminan kehalalan produk makanan pada layanan Shopee Food berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta relevansinya dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif, dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Data diperoleh melalui studi kepustakaan terhadap peraturan perundang-undangan, literatur hukum, serta putusan yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam konteks jaminan produk makanan halal di Shopee Food masih belum optimal, karena belum adanya kewajiban bagi platform digital untuk melakukan verifikasi kehalalan terhadap setiap produk yang ditawarkan oleh mitra penjual. Shopee Food sebagai penyelenggara layanan berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 4 dan Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen. Kesimpulannya, perlindungan konsumen terhadap produk makanan halal di layanan Shopee Food masih bersifat preventif dan belum sepenuhnya represif karena pengawasan dan sanksi belum efektif. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi dan koordinasi antara BPJPH, Kementerian Perdagangan, dan penyedia platform digital untuk menjamin hak konsumen atas produk halal sesuai prinsip perlindungan hukum yang berkeadilan.

* yanayana10009@gmail.com

Kata kunci: Perlindungan Konsumen, Produk Halal, Shopee Food,

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era globalisasi dewasa ini telah membawa perubahan besar terhadap cara hidup masyarakat modern, termasuk dalam pola konsumsi dan perilaku ekonomi. Salah satu fenomena yang menonjol adalah berkembangnya perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang mencakup berbagai sektor, mulai dari penjualan barang, jasa, hingga layanan pemesanan makanan secara daring (*online food delivery*). Melalui layanan seperti Shopee Food, GoFood, dan GrabFood, masyarakat dapat dengan mudah memesan makanan dari berbagai restoran dan pedagang hanya dengan menggunakan aplikasi di perangkat mereka.¹

Kehadiran layanan digital tersebut tentu memberikan kemudahan dan efisiensi bagi konsumen, baik dalam hal waktu, akses, maupun pilihan produk. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul tantangan baru yang berkaitan dengan aspek hukum, khususnya mengenai perlindungan konsumen dan jaminan kehalalan produk makanan yang dijual melalui platform digital.² Dalam konteks masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, aspek halal tidak hanya menjadi pertimbangan etis atau moral, tetapi juga menyangkut hak hukum konsumen muslim yang wajib dijamin oleh negara.³

Konsep perlindungan konsumen di Indonesia secara yuridis diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen agar mendapatkan barang dan/atau jasa yang aman, bermutu, serta sesuai dengan informasi yang benar.⁴ Pasal

¹ Hadi Prayitno, *Hukum dan Ekonomi Digital di Indonesia*, (Yogyakarta: Deepublish, 2021), hlm. 45.

² Andi Hamzah, *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Ekonomi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2019), hlm. 33.

³ Abd. Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2018), hlm. 72.

⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

4 huruf a dan c UUPK secara tegas menyebutkan bahwa setiap konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, serta hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan produk yang dikonsumsi.⁵

Sementara itu, jaminan kehalalan produk diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH), yang mewajibkan setiap produk yang beredar, masuk, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia untuk bersertifikat halal.⁶ Berdasarkan Pasal 4 UU JPH, kewajiban ini mencakup semua produk, termasuk makanan dan minuman yang dipasarkan melalui media daring. Namun, dalam praktiknya, belum seluruh pelaku usaha yang tergabung dalam layanan aplikasi seperti Shopee Food memiliki Sertifikat Halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).⁷

Fenomena yang kerap muncul adalah banyaknya produk makanan di platform Shopee Food yang tidak mencantumkan label halal secara jelas.⁸ Tidak sedikit pula pelaku usaha yang belum memiliki izin edar atau sertifikat halal yang sah. Shopee Food sebagai penyedia platform juga belum memiliki sistem yang mewajibkan verifikasi kehalalan sebelum merchant dapat menjual produknya. Kondisi ini tentu menimbulkan potensi pelanggaran terhadap hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar dan jujur sebagaimana diatur dalam UUPK.⁹

Dari sudut pandang hukum perlindungan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala pihak yang terlibat dalam rantai distribusi barang dan/atau jasa, termasuk penyedia platform digital

⁵ Ibid., Pasal 4 huruf a dan c.

⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 4.

⁷ BPJPH, *Pedoman Pelaksanaan Sertifikasi Halal Nasional*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2022), hlm. 19.

⁸ Data observasi penulis pada platform Shopee Food, 2024.

⁹ Y. Satrio Wibowo, *Hukum Perlindungan Konsumen di Era Digitalisasi*, (Bandung: Refika Aditama, 2022), hlm. 109.

yang berperan sebagai perantara (*intermediary service provider*).¹⁰ Namun, dalam konteks hukum positif di Indonesia, belum terdapat aturan yang secara tegas menetapkan batas tanggung jawab hukum penyedia platform digital seperti Shopee Food terhadap kehalalan produk yang dijual oleh merchant.¹¹ Hal ini menimbulkan kekosongan hukum (*legal vacuum*) dalam penerapan perlindungan konsumen di era ekonomi digital.

Selain itu, dari perspektif fiqh muamalah, kehalalan makanan merupakan bagian dari prinsip masalah dan hifz al-din, yakni upaya menjaga agama melalui konsumsi produk yang halal dan thayyib.¹² Oleh karena itu, pelanggaran terhadap jaminan produk halal bukan hanya merupakan pelanggaran etika bisnis Islam, tetapi juga pelanggaran terhadap hak asasi konsumen muslim dalam menjalankan ajaran agamanya.

Di sisi lain, tanggung jawab negara untuk menjamin produk halal tercermin dalam Pasal 28D ayat (1) dan Pasal 29 ayat (2) UUD 1945 yang menjamin setiap warga negara berhak atas perlindungan hukum yang adil serta kebebasan menjalankan agama dan kepercayaannya. Artinya, jaminan produk halal juga merupakan bagian dari perlindungan konstitusional terhadap hak warga negara.¹³

Dalam praktiknya, pelaksanaan sertifikasi halal di Indonesia masih menghadapi sejumlah kendala, antara lain keterbatasan jumlah auditor halal, proses administrasi yang panjang, serta kurangnya kesadaran pelaku usaha mikro dan kecil untuk mendaftarkan produknya.¹⁴ Sementara itu, pengawasan terhadap produk yang beredar di platform digital masih belum efektif karena belum ada regulasi teknis yang mengatur tanggung jawab penyedia aplikasi.

¹⁰ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2019), hlm. 45.

¹¹ Dwi Rachmawati, "Pengawasan Produk Halal di Platform Digital: Tantangan dan Solusi," *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi Digital*, Vol. 4 No. 2 (2023): 77.

¹² Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV, (Beirut: Dar al-Fikr, 2007), hlm. 253.

¹³ UUD 1945, Pasal 28D ayat (1) dan Pasal 29 ayat (2).

¹⁴ BPJPH, *Laporan Kinerja 2023*, (Jakarta: Kemenag RI, 2024), hlm. 12.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya ketidakseimbangan posisi antara konsumen dan pelaku usaha digital. Konsumen sebagai pihak yang lemah (*weak party*) sering kali tidak memiliki akses untuk memastikan kehalalan produk yang dipesannya, sedangkan pelaku usaha dan platform memiliki kontrol penuh terhadap informasi yang ditampilkan di aplikasi.¹⁵ Oleh sebab itu, perlu adanya analisis hukum yang mendalam mengenai bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen atas jaminan produk makanan halal di platform *Shopee Food* dapat diwujudkan sesuai prinsip keadilan, kepastian, dan kemanfaatan hukum.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut: (1) Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen terkait jaminan produk makanan halal pada layanan aplikasi *Shopee Food* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999? (2) Bagaimana tanggung jawab hukum penyedia layanan aplikasi *Shopee Food* terhadap produk makanan yang tidak memiliki sertifikat halal? (3) Bagaimana peran pemerintah dalam menjamin perlindungan konsumen terhadap produk makanan halal di era ekonomi digital?

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yaitu penelitian hukum yang berfokus pada analisis terhadap norma-norma hukum positif, asas-asas hukum, dan doktrin yang berlaku.¹⁶ Data yang digunakan adalah data sekunder, yang meliputi bahan hukum primer (peraturan perundang-undangan), bahan hukum sekunder (literatur, buku, dan jurnal ilmiah), serta bahan hukum tersier (kamus hukum dan ensiklopedia).¹⁷

Pendekatan yang digunakan meliputi:

- 1) Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), untuk menelaah ketentuan dalam UU No. 8 Tahun 1999 dan UU No. 33 Tahun 2014.

¹⁵ Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Digital*, (Bandung: Alfabeta, 2020), hlm. 102.

¹⁶ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2019), hlm. 14

¹⁷ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 35.

- 2) Pendekatan konseptual (*conceptual approach*), untuk memahami konsep perlindungan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha digital, dan jaminan produk halal.
- 3) Pendekatan kasus (*case approach*), untuk mengkaji kasus-kasus konkret terkait pelanggaran hak konsumen di platform digital.

Analisis data dilakukan secara kualitatif deskriptif, dengan cara menafsirkan ketentuan hukum dan mengaitkannya dengan praktik perlindungan konsumen dalam layanan *Shopee Food*.

B. Pembahasan

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Secara konseptual, perlindungan konsumen lahir sebagai respon terhadap meningkatnya kompleksitas hubungan ekonomi antara pelaku usaha dan masyarakat sebagai pengguna barang dan jasa. Dalam era modern, konsumen tidak hanya berinteraksi langsung dengan produsen, tetapi juga melalui perantara digital yang mengubah struktur transaksi menjadi semakin tidak seimbang dari sisi informasi (*information asymmetry*).¹⁸

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), perlindungan konsumen diartikan sebagai *segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.*¹⁹ Makna “kepastian hukum” di sini tidak hanya sebatas perlindungan dari segi perdata, tetapi juga meliputi perlindungan administratif, pidana, serta aspek moral dan sosial.

Dalam pandangan **Az. Nasution**, hukum perlindungan konsumen adalah *hukum yang mengatur hubungan antara produsen, distributor, dan konsumen dengan tujuan memberikan keseimbangan posisi dan mencegah kerugian pada pihak yang*

¹⁸ Rachmat Trijono, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Ekonomi Digital*, (Jakarta: Prenada Media, 2021), hlm. 15.

¹⁹ UUPK, Pasal 1 angka 1.

lemah.²⁰ Perlindungan konsumen, oleh karenanya, tidak hanya bertujuan untuk mengatur tanggung jawab pelaku usaha, tetapi juga mendidik konsumen agar sadar terhadap hak-haknya, termasuk hak untuk memperoleh informasi produk yang halal, aman, dan sesuai syariat.

Dalam konteks ekonomi digital, peran hukum perlindungan konsumen semakin krusial karena banyak pelaku usaha yang beroperasi secara virtual tanpa batas geografis. Shopee Food sebagai contoh, merupakan sistem distribusi makanan berbasis aplikasi yang mempertemukan konsumen dan penyedia makanan (*merchant*) melalui platform daring.²¹ Meskipun transaksi dilakukan melalui teknologi, tanggung jawab hukum terhadap keamanan dan kejelasan produk tetap melekat pada seluruh pihak dalam rantai distribusi, termasuk penyedia aplikasi.

Dengan demikian, perlindungan konsumen harus dipahami secara holistik dan adaptif — tidak hanya melindungi dari kerugian fisik atau ekonomi, tetapi juga kerugian spiritual seperti pelanggaran keyakinan agama akibat ketidakterjaminan status halal suatu produk.²²

1. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

Dasar hukum perlindungan konsumen di Indonesia terbentuk melalui lapisan hukum yang bersifat konstitusional, yuridis, dan filosofis, sebagaimana dijelaskan berikut:

a. Dasar Konstitusional

Perlindungan terhadap hak konsumen memiliki pijakan pada Pasal 28D ayat (1) UUD NRI Tahun 1945,

²⁰ Az. Nasution, *Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: Diadit Media, 2004), hlm. 22.

²¹ Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Digital*, (Bandung: Alfabeta, 2020), hlm. 77.

²² M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an*, (Bandung: Mizan, 2017), hlm. 224.

yang menyatakan bahwa “setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil.”²³ Hak atas perlindungan hukum mencakup pula hak untuk mendapatkan informasi yang jujur, termasuk mengenai status halal produk yang dikonsumsi. Selain itu, Pasal 29 ayat (2) menegaskan bahwa negara menjamin kebebasan setiap penduduk untuk memeluk agamanya dan beribadat menurut agamanya. Bagi umat Islam, mengonsumsi produk halal merupakan bentuk ibadah, sehingga negara wajib memastikan terpenuhinya hak ini.²⁴

b. Dasar Yuridis

Beberapa peraturan perundang-undangan yang menjadi dasar hukum perlindungan konsumen di Indonesia antara lain:

- a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menjadi dasar utama dalam hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen.
- b) Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH), yang mengatur kewajiban setiap produk yang masuk dan beredar di Indonesia untuk bersertifikat halal.²⁵
- c) Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 sebagai aturan pelaksana UU JPH, yang menegaskan peran BPJPH dalam mengeluarkan sertifikat halal bekerja sama dengan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI).²⁶

²³ Undang-Undang Dasar 1945, Pasal 28D ayat (1).

²⁴ Ibid., Pasal 29 ayat (2).

²⁵ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014, Pasal 4.

²⁶ PP No. 31 Tahun 2019, Pasal 2.

- d) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang memberikan kerangka hukum terhadap transaksi digital termasuk tanggung jawab penyedia platform daring.²⁷

Selain itu, Indonesia juga telah mengadopsi prinsip internasional dalam perlindungan konsumen melalui United Nations Guidelines for Consumer Protection (UNGCP) yang mendorong keadilan, transparansi, dan keselamatan konsumen di semua sektor perdagangan.²⁸

Secara teoritis, kerangka hukum tersebut menunjukkan bahwa perlindungan konsumen di Indonesia bersifat komprehensif dan integratif, namun implementasinya masih menghadapi tantangan terutama pada sektor perdagangan digital (e-commerce) di mana hubungan hukum antara produsen, platform, dan konsumen belum sepenuhnya jelas.²⁹

1. Pengertian dan Prinsip Jaminan Produk Halal

Jaminan Produk Halal (JPH) adalah sistem yang memberikan kepastian hukum bahwa suatu produk telah melalui proses verifikasi dan sertifikasi sesuai syariat Islam. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UU No. 33 Tahun 2014, jaminan produk halal merupakan jaminan terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal.³⁰

Tujuan utama JPH sebagaimana termuat dalam Pasal 3 UU JPH adalah untuk memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat.³¹ Dalam konteks hukum perlindungan konsumen, jaminan halal bukan hanya

²⁷ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016.

²⁸ United Nations, *Guidelines for Consumer Protection*, UN Doc. A/RES/39/248 (2016).

²⁹ Hadi Prayitno, *Hukum dan Ekonomi Digital di Indonesia*, (Yogyakarta: Deepublish, 2021), hlm. 56.

³⁰ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014, Pasal 1 angka 1.

³¹ Ibid., Pasal 3.

bentuk pelayanan moral, tetapi merupakan hak hukum yang dijamin negara.

Menurut teori hukum Islam (*fiqh muamalah*), kehalalan produk mencakup seluruh tahapan mulai dari bahan baku, proses produksi, penyimpanan, hingga distribusi.³² Prinsip *halalan tayyiban* sebagaimana disebut dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168 menegaskan bahwa umat Islam wajib mengonsumsi makanan yang halal dan baik.³³ Oleh karena itu, pelaku usaha dan penyedia layanan digital berkewajiban memastikan seluruh produk yang ditawarkan memenuhi kriteria halal.

Dalam praktiknya, banyak restoran atau merchant yang beroperasi melalui Shopee Food belum memiliki sertifikat halal, sementara pihak platform tidak secara aktif melakukan verifikasi.³⁴ Hal ini menimbulkan ketidakpastian hukum dan risiko pelanggaran hak konsumen muslim, yang semestinya dijamin oleh negara melalui BPJPH dan lembaga pengawas perdagangan digital.

2. Hubungan Perlindungan Konsumen dan Jaminan Produk Halal

Hubungan antara perlindungan konsumen dan jaminan produk halal bersifat kausal dan fungsional. Kausal, karena pelanggaran terhadap ketentuan halal secara langsung merupakan bentuk pelanggaran terhadap hak konsumen atas informasi yang benar dan hak atas keamanan konsumsi. Fungsional, karena jaminan halal berfungsi sebagai instrumen implementatif dari prinsip perlindungan konsumen di Indonesia.³⁵

Pasal 4 huruf c UUPK menegaskan hak konsumen untuk “mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.”³⁶ Ketika pelaku usaha tidak mencantumkan label halal atau memberikan informasi yang menyesatkan, maka perbuatan tersebut dapat dikategorikan sebagai

³² Abd. Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2018), hlm. 74.

³³ Al-Qur'an, Surah Al-Baqarah ayat 168.

³⁴ Dwi Rachmawati, “Pengawasan Produk Halal di Platform Digital,” *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi Digital*, Vol. 4 No. 2 (2023): 79.

³⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2019), hlm. 43.

³⁶ UUPK, Pasal 4 huruf c.

pelanggaran terhadap kewajiban hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 10 huruf a dan b UUPK.³⁷

Dalam konteks ini, penyedia layanan digital seperti Shopee Food memiliki tanggung jawab hukum untuk:

- a) Memastikan bahwa setiap merchant mencantumkan status halal produk secara jelas;
- b) Menyediakan sistem informasi yang transparan dan terhubung dengan data sertifikasi halal nasional (BPJPH); dan
- c) Memberikan mekanisme pelaporan atau pengaduan apabila terjadi pelanggaran.³⁸

Apabila hal ini tidak dilakukan, maka penyedia platform dapat dianggap lalai memenuhi kewajiban hukum terhadap perlindungan konsumen digital, yang dapat berimplikasi pada tanggung jawab perdata maupun administratif.³⁹

3. Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Digital (Shopee Food)

Menurut Pasal 19 UUPK, pelaku usaha bertanggung jawab atas ganti rugi terhadap kerugian konsumen akibat barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.⁴⁰ Ketentuan ini berlaku pula bagi pelaku usaha digital yang menyediakan jasa penghubung antara konsumen dan produsen.

Shopee Food dalam struktur hukumnya berperan sebagai intermediary digital platform, yaitu pihak yang menghubungkan konsumen dengan merchant. Namun demikian, karena Shopee Food memperoleh keuntungan dari transaksi tersebut, maka ia termasuk dalam kategori pelaku usaha menurut Pasal 1 angka 3 UUPK.⁴¹ Dengan demikian, Shopee Food tetap memiliki tanggung jawab hukum terhadap kejelasan informasi produk yang ditampilkan.

³⁷ Ibid., Pasal 10 huruf a-b.

³⁸ Y. Satrio Wibowo, *Hukum Perlindungan Konsumen di Era Digitalisasi*, (Bandung: Refika Aditama, 2022), hlm. 109.

³⁹ I Ketut Wirawan, *Metodologi Penelitian Hukum dan Aplikasinya dalam Ekonomi Digital*, (Denpasar: Udayana Press, 2021), hlm. 102.

⁴⁰ UUPK, Pasal 19 ayat (1).

⁴¹ Ibid., Pasal 1 angka 3.

Menurut teori tanggung jawab hukum (liability theory), bentuk tanggung jawab pelaku usaha digital meliputi:

- a) Tanggung jawab kontraktual, yaitu akibat dari perjanjian layanan antara platform dan konsumen;
- b) Tanggung jawab delik (tort liability), apabila terjadi kerugian karena kesalahan atau kelalaian dalam menyediakan informasi; dan
- c) Tanggung jawab sosial (social responsibility), yang berlandaskan etika bisnis dan tanggung jawab moral terhadap masyarakat.⁴²

Khusus dalam konteks produk halal, tanggung jawab Shopee Food bersifat preventif dan represif. Preventif dilakukan dengan memastikan sistem verifikasi halal berjalan transparan, sementara represif berupa pemberian ganti rugi atau kompensasi apabila konsumen mengalami kerugian akibat informasi yang menyesatkan.⁴³

Analisis ini sejalan dengan prinsip teori perlindungan hukum Philipus M. Hadjon, bahwa negara dan pelaku usaha wajib memberikan perlindungan hukum preventif agar masyarakat tidak menjadi korban akibat kelemahan sistem pengawasan.⁴⁴ Dalam kasus Shopee Food, kegagalan mencantumkan label halal yang benar merupakan bentuk pelanggaran terhadap hak konstitusional konsumen muslim.

4. Kerangka Teoritis

Penelitian ini menggunakan beberapa teori hukum utama untuk menjelaskan hubungan antara perlindungan konsumen, jaminan halal, dan tanggung jawab digital platform, yaitu:

1) Teori Perlindungan Hukum (Philipus M. Hadjon)

Teori ini menjelaskan bahwa perlindungan hukum dibagi menjadi dua: preventif (melalui regulasi dan pengawasan) dan represif (melalui sanksi).⁴⁵ Dalam konteks Shopee Food, teori ini

⁴² Hans Kelsen, *General Theory of Law and State*, (New York: Russell & Russell, 1961), hlm. 98.

⁴³ Soerjono Soekanto, *Pokok-Pokok Sosiologi Hukum*, (Jakarta: RajaGrafindo, 2006), hlm. 112.

⁴⁴ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat di Indonesia*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1987), hlm. 39.

⁴⁵ Ibid., hlm. 34.

menegaskan pentingnya sistem kontrol halal sebelum produk beredar.

2) Teori Keadilan (John Rawls)

Rawls menekankan prinsip *justice as fairness*, yakni setiap individu berhak atas perlakuan adil dan kesempatan yang sama.⁴⁶ Bagi konsumen muslim, hak atas informasi halal merupakan bentuk keadilan substantif yang wajib dijamin oleh negara dan pelaku usaha.

3) Teori Kepastian Hukum (Gustav Radbruch)

Radbruch menegaskan bahwa kepastian hukum adalah elemen utama dari keadilan.⁴⁷ Dalam kasus ini, kepastian hukum bagi konsumen diperoleh melalui sertifikasi halal yang valid dan terpublikasi dengan baik oleh platform digital.

3.1 Gambaran Umum Shopee Food sebagai Platform Digital

Shopee Food merupakan bagian dari ekosistem Shopee Indonesia, anak perusahaan dari Sea Group (Singapura) yang bergerak di bidang perdagangan digital dan layanan *on-demand delivery*. Platform ini menghubungkan mitra restoran (merchant) dengan konsumen melalui aplikasi daring, di mana proses pemesanan, pembayaran, dan pengantaran dilakukan secara elektronik.⁴⁸

Sebagai penyedia layanan perantara (*intermediary service provider*), Shopee Food memperoleh keuntungan melalui potongan komisi dari setiap transaksi. Oleh karena itu, secara hukum, Shopee Food termasuk dalam kategori pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 3 UU No. 8 Tahun 1999, yang menyebutkan bahwa *pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.⁴⁹

Dalam konteks hukum perlindungan konsumen, *Shopee Food* tidak dapat menghindar dari tanggung jawab hukum atas setiap

⁴⁶ John Rawls, *A Theory of Justice*, (Cambridge: Harvard University Press, 1999), hlm. 12.

⁴⁷ Gustav Radbruch, *Legal Philosophy*, (Oxford: Clarendon Press, 1950), hlm. 42.

⁴⁸ Shopee Indonesia, *Company Profile Shopee Food*, 2024.

⁴⁹ UUPK, Pasal 1 angka 3.

produk makanan yang dipasarkan melalui platformnya. Meskipun secara formal *Shopee Food* bukan produsen langsung, namun secara fungsional ia berperan dalam rantai distribusi dan informasi produk kepada publik.⁵⁰

Menurut doktrin tanggung jawab bersama (*joint liability*) dalam transaksi elektronik, setiap pihak yang terlibat dalam penyediaan produk — termasuk penyelenggara platform digital — memiliki tanggung jawab hukum proporsional terhadap kebenaran informasi yang disajikan kepada konsumen.⁵¹ Oleh karena itu, ketidakjelasan status halal suatu produk pada *Shopee Food* dapat menimbulkan tanggung jawab hukum, baik secara perdata maupun administratif.

3.2 Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 terhadap Produk Makanan Halal

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 memberikan landasan hukum yang kuat untuk melindungi konsumen dari praktik usaha yang merugikan, termasuk dalam hal informasi mengenai kehalalan makanan.

Pasal-pasal penting yang relevan adalah:

- Pasal 4 huruf c, yang memberikan hak kepada konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang atau jasa.
- Pasal 7 huruf b, yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa yang diperdagangkan.⁵²
- Pasal 8 ayat (1) huruf f, yang melarang pelaku usaha memproduksi atau memperdagangkan barang yang tidak mencantumkan label halal bagi produk yang dipersyaratkan.⁵³

Dari ketentuan tersebut dapat dipahami bahwa kehalalan produk makanan merupakan bagian dari hak dasar konsumen,

⁵⁰ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2019), hlm. 58.

⁵¹ I Ketut Wirawan, *Metodologi Penelitian Hukum dan Ekonomi Digital*, (Denpasar: Udayana Press, 2021), hlm. 95.

⁵² UUPK, Pasal 4 huruf c dan Pasal 7 huruf b.

⁵³ Ibid., Pasal 8 ayat (1) huruf f.

khususnya bagi masyarakat muslim Indonesia yang mayoritas. Oleh karena itu, setiap platform digital wajib menjamin bahwa produk makanan yang dipasarkan memenuhi syarat kehalalan secara sah dan dapat diverifikasi.

Namun, dalam praktiknya, banyak merchant di Shopee Food yang belum memiliki sertifikasi halal dari BPJPH atau MUI. Shopee Food juga tidak mewajibkan verifikasi sertifikasi halal sebagai prasyarat pendaftaran merchant.⁵⁴ Hal ini berpotensi melanggar ketentuan Pasal 9 ayat (1) huruf k UUPK yang melarang pelaku usaha menyampaikan informasi menyesatkan mengenai barang yang diperdagangkan.⁵⁵

Berdasarkan prinsip due diligence dalam hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha digital wajib melakukan pengawasan aktif (active monitoring) terhadap produk yang berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen.⁵⁶ Dengan kata lain, tanggung jawab Shopee Food tidak hanya terbatas pada aspek teknis pengantaran, tetapi juga menyangkut jaminan kejelasan identitas produk, termasuk status kehalalannya.

3.3 Analisis Tanggung Jawab Shopee Food terhadap Produk Tidak Halal

Shopee Food sebagai penyelenggara layanan digital memiliki kewajiban hukum preventif dan represif dalam melindungi konsumen.

1) Tanggung Jawab Preventif

Tanggung jawab preventif berarti kewajiban untuk mencegah terjadinya pelanggaran sebelum konsumen dirugikan. Dalam konteks Shopee Food, hal ini dapat dilakukan melalui:

- Verifikasi sertifikat halal sebelum merchant diizinkan bergabung di platform;
- Transparansi informasi dengan menampilkan logo halal resmi dari BPJPH;

⁵⁴ Dwi Rachmawati, "Pengawasan Produk Halal di Platform Digital," *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi Digital*, Vol. 4 No. 2 (2023): 82.

⁵⁵ UUPK, Pasal 9 ayat (1) huruf k.

⁵⁶ Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Digital*, (Bandung: Alfabeta, 2020), hlm. 91.

- Integrasi data halal nasional antara Shopee Food dan sistem informasi halal Kementerian Agama.⁵⁷

Ketika Shopee Food tidak melaksanakan kewajiban preventif tersebut, maka ia dapat dianggap lalai sesuai Pasal 19 ayat (1) UUPK, karena tidak melaksanakan kewajiban memberikan jaminan keamanan bagi konsumen.⁵⁸

2) Tanggung Jawab Represif

Tanggung jawab represif timbul setelah konsumen mengalami kerugian, misalnya karena membeli produk yang ternyata tidak halal atau tidak sesuai label. Dalam kondisi tersebut, Shopee Food wajib memberikan ganti rugi berupa pengembalian uang atau kompensasi yang layak.⁵⁹

Selain itu, pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 8 dan 9 UUPK dapat dikenakan sanksi administratif maupun pidana, sebagaimana diatur dalam Pasal 62 ayat (1) UUPK dengan ancaman pidana penjara maksimal 5 tahun atau denda maksimal Rp2 miliar.⁶⁰

Dengan demikian, Shopee Food sebagai pelaku usaha digital berkewajiban memastikan keabsahan informasi halal, dan kelalaian dalam hal tersebut dapat dianggap sebagai pelanggaran hukum.

3.4 Perspektif Hukum Jaminan Produk Halal (UU No. 33 Tahun 2014)

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 mempertegas bahwa setiap produk yang beredar di Indonesia wajib bersertifikat halal, kecuali secara eksplisit dinyatakan tidak halal.⁶¹ Artinya, platform digital seperti Shopee Food tidak boleh menampilkan atau memperjualbelikan produk tanpa label halal yang sah untuk kategori makanan dan minuman.

Pasal 25 UU JPH mewajibkan setiap pelaku usaha yang memproduksi atau memperdagangkan produk halal untuk memiliki sertifikat halal dari BPJPH.⁶² Namun, dalam konteks Shopee Food,

⁵⁷ BPJPH, *Pedoman Sistem Informasi Halal Terpadu*, 2023.

⁵⁸ UUPK, Pasal 19 ayat (1).

⁵⁹ Ibid., Pasal 19 ayat (2).

⁶⁰ UUPK, Pasal 62 ayat (1)

⁶¹ UU No. 33 Tahun 2014, Pasal 4.

⁶² Ibid., Pasal 25.

pengawasan sertifikasi halal masih bersifat voluntary (sukarela), bukan mandatory (wajib).

Analisis ini menunjukkan adanya kekosongan hukum (legal gap) antara UU JPH dan realitas praktik e-commerce, karena UU JPH belum mengatur secara tegas tanggung jawab platform digital sebagai pihak ketiga.⁶³ Akibatnya, jaminan halal hanya dibebankan pada produsen, tanpa mekanisme verifikasi oleh penyedia platform.

Untuk mengatasi hal ini, diperlukan sinkronisasi peraturan antara BPJPH, Kementerian Perdagangan, dan Kementerian Komunikasi dan Informatika, agar penyedia aplikasi wajib melakukan validasi data halal sebelum produk tayang di aplikasi.⁶⁴

3.5 Analisis Yuridis Berdasarkan Teori Perlindungan Hukum

Berdasarkan teori Perlindungan Hukum Preventif dan Represif dari Philipus M. Hadjon, tanggung jawab Shopee Food dapat dikategorikan sebagai bentuk perlindungan hukum preventif yang lemah.⁶⁵ Hal ini karena sistem aplikasi tidak memiliki fitur pemeriksaan otomatis atau database halal yang terhubung dengan BPJPH.

Selain itu, menurut teori keadilan John Rawls, keadilan dalam konteks perlindungan konsumen menuntut kesetaraan hak antara pelaku usaha dan konsumen.⁶⁶ Ketika pelaku usaha memperoleh keuntungan tanpa memastikan kehalalan produk, maka terjadi ketimpangan keadilan substantif.

Dari sudut teori kepastian hukum Gustav Radbruch, kepastian hukum bagi konsumen muslim akan tercapai bila terdapat transparansi dan penegakan hukum yang konsisten terhadap pelanggaran informasi halal.⁶⁷

⁶³ Hadi Prayitno, *Hukum dan Ekonomi Digital di Indonesia*, (Yogyakarta: Deepublish, 2021), hlm. 66.

⁶⁴ BPJPH, *Rencana Strategis Jaminan Produk Halal Nasional 2025–2029*, (Jakarta: Kemenag RI, 2024).

⁶⁵ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat di Indonesia*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1987), hlm. 39.

⁶⁶ John Rawls, *A Theory of Justice*, (Cambridge: Harvard University Press, 1999), hlm. 12.

⁶⁷ Gustav Radbruch, *Legal Philosophy*, (Oxford: Clarendon Press, 1950), hlm. 42.

Dengan demikian, untuk mencapai perlindungan hukum yang ideal, Shopee Food harus menerapkan sistem verifikasi halal berbasis data resmi BPJPH serta melibatkan pihak regulator dalam pengawasan terpadu.

3.6 Upaya Penguatan Perlindungan Konsumen di Platform Digital

Agar prinsip perlindungan konsumen terhadap jaminan produk halal di Shopee Food berjalan optimal, diperlukan langkah-langkah strategis berikut:

1. Penguatan Regulasi
Pemerintah perlu memperbarui Peraturan Pemerintah No. 31 Tahun 2019 agar mencakup kewajiban platform digital dalam memastikan sertifikasi halal produk makanan.⁶⁸
2. Kolaborasi BPJPH dan Shopee Food
Dibentuk sistem *application programming interface (API)* antara Shopee Food dan BPJPH untuk memverifikasi kehalalan produk secara otomatis.
3. Pendidikan Konsumen
Konsumen perlu diberikan edukasi mengenai pentingnya memilih produk bersertifikat halal dan melaporkan produk yang tidak jelas statusnya.⁶⁹
4. Penerapan Sanksi Tegas
Pemberian sanksi administratif terhadap pelaku usaha dan platform yang melanggar ketentuan informasi halal guna menimbulkan efek jera.⁷⁰
5. Audit Halal Digital
Setiap tahun, dilakukan audit kepatuhan halal bagi merchant aktif di Shopee Food oleh lembaga independen yang bekerja sama dengan BPJPH.

1. Hasil Kusioner Penelitian

⁶⁸ P No. 31 Tahun 2019, Pasal 2.

⁶⁹ Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), *Laporan Tahunan 2023*, hlm. 27.

⁷⁰ UUPK, Pasal 62 ayat (2).

Pada penelitian perlindungan konsumen terhadap jaminan produk makanan halal layanan aplikasi *shopee food* menurut uu no 8 tahun 1999 yang menjadi objek penelitiannya adalah masyarakat yang menggunakan aplikasi shopee food. Kuesioner disebarkan melalui Google Form sebanyak 30 responden dengan hasil berikut.

Keterangan	Total
Kusioner yang di hasilkan	30
Kusioner yang tidak lengkap	0
Kusioner yang dapat dianalisis	30

Sumber: Data Primer 2024

1) Jenis Kelamin Responden

Tabel 1. Jenis kelamin Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
Perempuan	15	50%
Laki-Laki	15	50%
Total	30	100%

Berdasarkan hasil kuesioner, jumlah responden sebanyak 30 orang, dengan komposisi 15 laki-laki (50%) dan 15 perempuan (50%), menunjukkan keseimbangan gender yang cukup representatif dalam persepsi terhadap produk makanan halal.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2. Usia Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
20-25 Tahun	21	70%
25-30 Tahun	7	23,3%
35-40 Tahun	2	6,7%
Total	30	100%

Dari sisi usia, mayoritas responden berada pada rentang 20–25 tahun (70%), yang umumnya merupakan generasi digital

native—mereka terbiasa menggunakan layanan daring seperti *Shopee Food* untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Tabel 3. Agama Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
Islam	27	90%
Khatolik	0	0
Kristen	2	10%
Hindu	0	0
Budha	0	0
Total	30	100%

Sumber: Data Diolah 2024

Dari segi agama, sebanyak 90% responden beragama Islam, menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki relevansi kuat terhadap konteks jaminan produk halal yang merupakan kebutuhan normatif dan spiritual umat Islam dalam konsumsi produk makanan. Hal ini sesuai dengan amanat Pasal 4 huruf a UU No. 8 Tahun 1999 yang menegaskan hak konsumen untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.⁷¹

2. Analisis Deskriptif Jawaban Responden

1) Deskripsi berkenaan dengan Sikap

No	Pertanyaan	Sekor Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Saya suka memilih produk makanan halal pada layanan	2 (6,7%)		2 (6,7%)	10 (33,3%)	16 (53,3%)

⁷¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 huruf a.

	aplikasi Shopee Food					
2	Saya selalu mencari label halal saat memesan makanan di aplikasi Shopee Food	2 (6,7%)		2 (6,7%)	13 (43,3%)	13 (43,3%)
3	Bagi saya, produk makanan halal itu penting	1 (3,3%)	1 (3,3%)	2 (6,7%)	12 (40%)	14 (46,7%)
4	Bagi saya, produk makanan halal itu pilihan sendiri	1 (3,3%)	1 (3,3%)	5 (16,7%)	9 (30%)	14 (46,7%)
5	Bagi saya, produk makanan halal itu penting bagi banyak orang	1 (3,3%)		6 (20%)	11 (36,7%)	12 (40%)

Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden (46%) sangat setuju dan 36% setuju bahwa produk makanan halal penting dan perlu diperhatikan dalam layanan *Shopee Food*. Ini menggambarkan tingkat kesadaran religius dan etis yang tinggi di kalangan konsumen muda Muslim.

Sikap positif terhadap label halal mencerminkan adanya kepercayaan (trust) yang tinggi terhadap produk bersertifikat halal, yang menurut teori *Consumer Protection* merupakan bentuk *informational protection*, yakni perlindungan melalui

informasi yang jelas dan tidak menyesatkan.⁷² Dengan demikian, keberadaan label halal berfungsi sebagai jaminan hukum dan moral atas kehalalan produk yang dikonsumsi masyarakat.

2) Deskripsi Mengenai Norma Subjektif

No	Pertanyaan	Sekor Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Saya yakin orang terdekat (keluarga & teman) akan memilih makanan berlabel halal	1 (3,3%)	1 (3,3%)	5 (16,7%)	10 (33,3%)	13 (43,3%)
2	Orang dapat memengaruhi saya untuk membeli makanan berlabel halal	2 (6,7%)	2 (6,7%)	4 (13,3%)	12 (40%)	10 (33,3%)
3	Orang terdekat (keluarga & teman) berpikir tentang makanan halal lebih penting daripada makanan terkenal tapi		2 (6,7%)	6 (20%)	12 (40%)	10 (33,3%)

⁷² Philip Kotler dan Kevin Keller, *Marketing Management*, (New Jersey: Pearson Education, 2016), hlm. 212.

	belum diberi label halal					
4	Keluarga saya akan menekankan pada saya pentingnya memilih makanan berlabel halal		2 (6,7%)	4 (13.3%)	13 (43,3%)	11 (36,7%)

Pada aspek norma subjektif, sebanyak 40% responden menyatakan setuju dan 36% sangat setuju bahwa lingkungan sosial (keluarga dan teman) berpengaruh terhadap pilihan makanan halal. Ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial masih menjadi faktor penguat dalam pengambilan keputusan konsumsi halal.

Dalam perspektif sosiologi hukum, perilaku konsumsi halal bukan hanya tindakan individual, tetapi juga bagian dari kesadaran hukum masyarakat (*legal consciousness*).⁷³ Norma agama yang diinternalisasi dalam masyarakat Islam membentuk pola konsumsi yang sesuai dengan prinsip syariat, yang kemudian diakomodasi dalam UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) sebagai bentuk perlindungan hukum substantif terhadap konsumen Muslim.⁷⁴

3) Deskripsi Kontrol Prilaku

No	Pertanyaan	Sekor Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Saya akan selalu dapat menemukan makanan berlabel	1	4	11	9 (30%)	5

⁷³ Lawrence Friedman, *The Legal System: A Social Science Perspective*, (New York: Russell Sage Foundation, 1975), hlm. 67.

⁷⁴ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 3.

	di aplikasi Shopee food	(3,3%)	(13.3 %)	(36,7 %)		(16,7%)
2	Harga makanan berlabel halal terjangkau dan masuk akal	1 (3,3%)	1 (3,3%)	12 (40%)	12 (40%)	4 (13.3%)
3	Mudah menemukan makanan berlabel halal di aplikasi Shopee food	1 (3,3%)	2 (6,7%)	13 (43,3 %)	11 (36,7 %)	3 (10%)
4	Ada banyak pilihan makanan berlabel halal di aplikasi shopee food	1 (3,3%)	3 (10%)	12 (40%)	8 (26,7 %)	6 (20%)

Aspek kontrol perilaku menunjukkan nilai yang cenderung netral (49%) dan setuju (30%), menandakan bahwa sebagian besar pengguna *Shopee Food* merasa belum sepenuhnya mudah menemukan makanan berlabel halal di platform tersebut.

Kondisi ini memperlihatkan adanya celah regulasi dan tanggung jawab platform digital, karena berdasarkan Pasal 7 huruf b UU No. 8 Tahun 1999, pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa.⁷⁵ *Shopee Food* sebagai penyelenggara layanan seharusnya memiliki mekanisme verifikasi halal terhadap mitra restoran yang terdaftar, sebagaimana amanat Pasal 4 ayat (1) UU No. 33 Tahun 2014 yang mengatur kewajiban sertifikasi halal bagi produk yang beredar di Indonesia.⁷⁶

⁷⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 7 huruf b

⁷⁶ Ibid., Pasal 4 ayat (1) UU No. 33 Tahun 2014.

Dengan demikian, meskipun konsumen memiliki kesadaran tinggi, kendala sistemik di platform digital dapat menghambat realisasi hak konsumen atas produk halal.

4) Deskripsi Prilaku Pembelian

No	Pertanyaan	Sekor Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Saya telah mengkonsumsi produk halal	2 (6,7%)		4 (13,3%)	5 (16,7%)	19 (63,3%)
2	Saya akan terus mengkonsumsi produk halal	3 (10%)		4 (13,3%)	4 (13,3%)	19 (63,3%)
3	Saya terbiasa mengkonsumsi produk halal	1 (3,3%)	1 (3,3%)	5 (16,7%)	7 (23,3%)	16 (53,3%)

Sebanyak 63,3% responden sangat setuju bahwa mereka telah dan akan terus mengonsumsi produk halal. Ini menunjukkan bahwa kesadaran halal telah bertransformasi menjadi kebiasaan konsumsi (*consumption habit*), bukan sekadar pilihan moral.

Fenomena ini mendukung teori Ajzen (1991) tentang Planned Behavior, bahwa perilaku seseorang sangat dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Dalam konteks ini, ketiganya saling memperkuat dan menghasilkan perilaku konsumsi halal yang konsisten di kalangan pengguna *Shopee Food*.⁷⁷

5) Kesadaran Halal

No	Pertanyaan	Sekor Jawaban				
		1	2	3	4	5

⁷⁷ Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, No. 2 (1991), hlm. 179–211.

1	Saya memastikan proses produksi yang sesuai syariat Islam	3 (10%)		4 (13,3 %)	4 (13,3 %)	19 (63,3%)
2	Saya hanya membeli produk ketika mengetahui proses produksi sesuai syariat Islam	3 (10%)		5 (16,7 %)	3 (10%)	19 (63,3%)
3	Saya menerima tanggung jawab halal dari penyedia produk	1 (3,3%)	1 (3,3%)	5 (16,7 %)	7 (23,3 %)	16 (53,3%)

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa kesadaran

Tingkat kesadaran halal berada pada kategori tinggi, dengan 63% responden sangat setuju bahwa mereka memastikan proses produksi sesuai syariat Islam sebelum membeli. Hal ini mengindikasikan tingkat literasi halal (halal literacy) yang baik di masyarakat.

Namun demikian, masih terdapat 10–13% responden yang belum memahami secara mendalam proses sertifikasi halal, menunjukkan perlunya edukasi konsumen dari pihak pemerintah dan pelaku usaha.⁷⁸ Dalam konteks perlindungan hukum, perlindungan preventif berupa penyuluhan, edukasi, dan informasi mengenai label halal menjadi sangat penting agar konsumen mampu menuntut haknya secara sadar dan kritis.⁷⁹

Hasil kuesioner memperlihatkan bahwa masyarakat pengguna *Shopee Food* sudah memiliki kesadaran yang cukup tinggi terhadap pentingnya makanan halal, tetapi platform

⁷⁸ Yulianti, "Analisis Kesadaran Halal Konsumen Muslim di Era Digital," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 9, No. 1 (2023), hlm. 45.

⁷⁹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2019), hlm. 89.

digital belum sepenuhnya menjamin transparansi dan validitas label halal.

Dalam konteks hukum perlindungan konsumen, ini berarti perlindungan yang diberikan masih berada pada tataran normatif, belum implementatif dan represif. Artinya, UU No. 8 Tahun 1999 sudah memberikan landasan yang jelas, tetapi belum memiliki mekanisme sanksi dan pengawasan yang efektif terhadap pelanggaran di platform digital.

Perlu adanya sinergi antara Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Kementerian Perdagangan, dan penyelenggara platform digital seperti Shopee Food untuk memastikan bahwa setiap produk yang dipasarkan secara daring benar-benar terjamin kehalalannya, baik dari sisi bahan, proses produksi, maupun distribusinya.

C. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis terhadap data kuesioner serta kajian yuridis normatif mengenai perlindungan konsumen terhadap jaminan produk makanan halal pada layanan aplikasi *Shopee Food*, meskipun kerangka hukum perlindungan konsumen dan jaminan produk halal telah tersedia, implementasinya pada layanan aplikasi *Shopee Food* masih memerlukan penegasan regulatif dan mekanisme pengawasan yang lebih kuat agar hak konsumen, khususnya konsumen Muslim, benar-benar terlindungi secara efektif.

Daftar Pustaka

- Aini, Nurul. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Elektronik di Indonesia." *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Vol. 51, No. 3 (2021): 425– 439.
- Ajzen, Icek. *The Theory of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, Vol. 50, No. 2, 1991.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). "Sistem Informasi Sertifikasi Halal Indonesia." Diakses 15 Oktober 2024. <https://halal.go.id>

- Friedman, Lawrence M. *The Legal System: A Social Science Perspective*. New York: Russell Sage Foundation, 1975.
- Harahap, M. Yahya. *Segi-Segi Hukum Perjanjian*. Jakarta: Sinar Grafika, 2016.
- Hidayat, Muhammad. "Perlindungan Konsumen Muslim terhadap Produk Halal di Era Ekonomi Digital." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 9, No. 1 (2023): 33–49.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. "Kebijakan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Digital." Diakses 12 Oktober 2024. <https://kemendag.go.id>
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, 2016.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2019.
- Nasution, Az. *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media, 2019.
- Nugroho, Susanti Adi. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2018.
- Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal.
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Putra, Dimas. "Peran Platform Digital dalam Menjamin Produk Halal di Indonesia." *Jurnal Hukum Islam dan Teknologi*, Vol. 5, No. 2 (2023): 71–84.
- Ridwan HR. *Hukum Administrasi Negara*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2020.
- Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani. *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017.
- Shopee Indonesia. "Kebijakan dan Pedoman Shopee Food." Diakses 10 Oktober 2024. <https://shopee.co.id>

- Soekanto, Soerjono, dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015.
- Subekti. *Pokok-Pokok Hukum Perdata*. Jakarta: Intermasa, 2017.
- Sudarsono. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2018.
- Suharto, Edi. *Analisis, Teori, dan Praktek Sosial Perlindungan Konsumen di Era Digital*. Bandung: Alfabeta, 2021.
- Syahrani, Riduan. *Rangkuman Intisari Ilmu Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2018.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Yulianti. "Analisis Kesadaran Halal Konsumen Muslim di Era Digital." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 9, No. 1 (2023): 45-56.
- Zainuddin Ali. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2020.
- Zainuddin Ali. *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2016.
- Zulkifli, Sunarto. *Etika Bisnis Islam dan Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish, 2022.

*lembar ini sengaja dikosongkan