



ISSN 2797-8508 (Print)

ISSN 2807-8330 (Online)

VOL. 5 NO. 3, JUNE-DEC (2025)

Riwayat Artikel

History of Article

Diajukan: 12 Desember 2025

Submitted

Direvisi: 25 Desember 2025

Revised

Diterima: 2 Februari 2026

Accepted

Saran Perujukan

How to cite:

Muflikh, Alna., Niravita, Aprila, (2025). Asimetri Informasi dan Tanggung Jawab Marketplace Terhadap Produk Tanpa Label Halal Menurut Perspektif Hukum Perdata *Ikatan Penulis Mahasiswa Hukum Indonesia Law Journal*, 5(3), 433-456.
<https://doi.org/10.15294/ipmhi.v5i3.44888>

© 2022 Authors. This work is licensed under a [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International \(CC BY-NC-SA 4.0\)](#). All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions. This title has been indexed by [Google Scholar](#)

Asimetri Informasi dan Tanggung Jawab Marketplace Terhadap Produk Tanpa Label Halal Menurut Perspektif Hukum Perdata

Information Asymmetry and Marketplace Responsibility for Products Without Halal Labels from a Civil Law Perspective

Alna Aulin Miftakhul Muflikh,   Aprila Niravita 
Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang,



Email Korespondensi: alnaaulin2529@students.unnes.ac.id

Abstract The rapid advancement of digital technology has fundamentally transformed how Indonesians conduct commerce, turning marketplace platforms such as Tokopedia, Shopee, and Lazada into integrated trading ecosystems connecting millions of buyers and sellers simultaneously. Amid this growth, a fundamental problem has emerged concerning the rights of Muslim consumers the majority population in the world's largest Muslim-majority country particularly regarding the availability of halal label information on food

products sold through digital platforms. The enactment of Law Number 6 of 2023, which amends Law No. 33 of 2014 on Halal Product Assurance, has left unanswered questions about the genuine protection afforded to Muslim consumers shopping online. The cases of "Nabidz" alcoholic beverages and "Roti Okko" containing problematic ingredients demonstrate the vulnerability of consumers to information asymmetry on digital platforms, where marketplace operators cannot readily be held accountable even when problematic products circulate through their platforms. This study addresses two key issues: first, how Article 48 of Law No. 6 of 2023 guarantees legal certainty for Muslim consumers on digital platforms; and second, whether marketplace platforms can be held legally liable for the circulation of unlabeled halal products. Employing a normative juridical method with a case approach, the findings reveal that Article 48 of Law No. 6 of 2023 does not explicitly designate marketplace platforms as legal subjects bearing independent halal verification obligations, creating a legal vacuum that enables marketplaces to shelter behind their "platform provider" status to evade accountability for unlabeled halal products in circulation.

Keywords Information Asymmetry, Halal Label, Marketplace, Consumer Protection

Abstrak Kemajuan teknologi digital telah merombak secara menyeluruh cara masyarakat Indonesia bertransaksi, menjadikan platform marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada sebagai ekosistem perdagangan yang menghubungkan jutaan penjual dan pembeli sekaligus. Di tengah pesatnya pertumbuhan tersebut, muncul persoalan mendasar terkait perlindungan konsumen muslim sebagai penduduk mayoritas di negara dengan populasi muslim terbesar di dunia khususnya dalam hal ketersediaan informasi label halal pada produk pangan yang dipasarkan secara digital. Pengesahan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023, yang memuat pembaruan terhadap UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, justru menyisakan pertanyaan yang belum terjawab mengenai sejauh mana jaminan perlindungan nyata yang diperoleh konsumen muslim ketika berbelanja melalui kanal digital. Kasus produk minuman beralkohol "Nabidz" dan "Roti Okko" yang mengandung bahan bermasalah menunjukkan betapa rentannya konsumen terhadap asimetri informasi di platform digital, di mana marketplace tidak serta-merta dapat dimintai pertanggungjawaban meski produk bermasalah beredar melalui platform mereka. Penelitian ini bertujuan mengkaji dua permasalahan pokok: pertama, bagaimana Pasal 48 UU No. 6 Tahun 2023 menjamin kepastian hukum konsumen muslim di platform digital; dan kedua, apakah marketplace dapat dimintai pertanggungjawaban hukum atas peredaran produk tanpa label halal di platformnya. Dengan menggunakan metode yuridis normatif dan pendekatan kasus, hasil penelitian menunjukkan bahwa Pasal 48 UU No. 6 Tahun 2023 tidak secara eksplisit menempatkan marketplace sebagai subjek hukum yang memikul kewajiban verifikasi halal, sehingga terjadi kekosongan hukum yang memungkinkan marketplace berlindung di balik status "penyedia platform"

untuk menghindari tanggung jawab atas produk tanpa label halal yang beredar.

Kata kunci Asimetri Informasi, Label Halal, Marketplace, Perlindungan Konsumen

A. Pendahuluan

Kemajuan di bidang teknologi digital telah merombak secara menyeluruh cara masyarakat Indonesia melakukan kegiatan jual beli. Kehadiran platform perdagangan daring seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan Bukalapak tidak lagi sekadar menjadi

wadah transaksi sederhana, melainkan telah berkembang menjadi suatu ekosistem perdagangan yang menghubungkan jutaan pihak penjual dan pembeli secara bersamaan dalam satu sistem yang terintegrasi. Data yang dirilis oleh Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA) mencatat peningkatan nilai transaksi yang konsisten dari tahun ke tahun, dengan kategori produk pangan menempati posisi sebagai salah satu segmen dengan laju pertumbuhan paling tinggi di antara kategori lainnya.¹

Di tengah pertumbuhan tersebut, muncul persoalan mendasar yang berkaitan dengan hak-hak konsumen muslim di Indonesia. Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, kebutuhan akan kepastian hukum terkait kehalalan produk yang dikonsumsi merupakan hal yang krusial.² Islam mewajibkan pemeluknya untuk hanya mengonsumsi produk yang halal dan thayyib, sehingga ketersediaan informasi label halal pada setiap produk pangan yang dipasarkan di platform digital menjadi kebutuhan yang tidak dapat dikompromikan.

Kerumitan persoalan ini kian bertambah sejalan dengan disahkannya Undang- Undang Nomor 6 Tahun 2023, yang membawa pembaruan terhadap sejumlah ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Undang- undang baru tersebut lahir dari proses penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja. Pembaruan regulasi ini menimbulkan pertanyaan yang belum terjawab sepenuhnya mengenai sejauh mana jaminan perlindungan yang sesungguhnya diperoleh konsumen muslim ketika berbelanja melalui kanal digital.³

¹ Zahra, N., Rosyada, F. A., Inayati, A. A., & Sa'adah, N. N. (2024). Perlindungan konsumen Muslim terhadap produk makanan tanpa label halal (Studi produk makanan dan minuman pada UMKM Desa Ketitanglor). *Jurnal Studi Islam Indonesia (JSII)*, 2(2), 341–358.

² Arifin, Z. (2025). Perlindungan konsumen Muslim terhadap produk halal non-sertifikasi di marketplace digital. *JSE: Jurnal Sharia Economica*, 4(1).

³ Jubaedah, D., Nor, M. R. M., Taeali, A., Putra, H. M., Jauhari, M. A., & Aniq, A. F. (2023). Halal certification in Indonesia: Study of Law Number 6 of 2023 on Job Creation. *Jurisdictie: Jurnal Hukum dan Syariah*, 14(1), 154–184.

Fenomena asimetri informasi dalam konteks marketplace halal tampak jelas dalam beberapa kasus yang mencuat ke permukaan. Kasus produk minuman beralkohol "Nabidz" yang sempat dipasarkan di berbagai marketplace tanpa keterangan yang jelas, serta kasus "Roti Okko" yang mengandung bahan pengawet yang dipermasalahkan, menunjukkan betapa rentannya konsumen terhadap praktik perdagangan yang tidak transparan di platform digital.⁴ Dalam kedua kasus tersebut, marketplace tidak serta-merta dapat dimintai pertanggungjawaban meskipun produk bermasalah tersebut dipasarkan melalui platform mereka.

Kondisi demikian mencerminkan adanya asimetri informasi yang signifikan, yakni suatu keadaan di mana salah satu pihak dalam transaksi memiliki informasi yang lebih lengkap dibandingkan pihak lain.⁵ Dalam konteks ini, pelaku usaha (penjual) memiliki informasi penuh mengenai status halal produknya, sementara konsumen tidak memiliki akses yang memadai terhadap informasi tersebut. Platform marketplace, sebagai perantara, berada di posisi yang seharusnya dapat menjembatani kesenjangan informasi ini, namun sejauh ini belum terdapat kewajiban hukum yang tegas mengatur hal tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini merumuskan dua permasalahan utama: pertama, bagaimana Pasal 48 UU No. 6 Tahun 2023 (yang memuat perubahan Pasal 4a dan Pasal 25) menjamin kepastian hukum konsumen muslim di platform digital; dan kedua, apakah marketplace dapat dimintai pertanggungjawaban hukum apabila membiarkan produk tanpa label halal beredar di platformnya.

B. Metode

Penelitian ini dibangun di atas pendekatan yuridis normatif, yakni suatu metode yang menempatkan kajian terhadap bahan hukum dan peraturan perundang-undangan sebagai sumber utama analisis. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini memadukan dua pendekatan sekaligus, yaitu pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) guna menelaah substansi regulasi yang berlaku, dan pendekatan kasus (*case approach*) guna memperoleh gambaran konkret dari persoalan hukum yang dikaji.

Penelaahan terhadap regulasi difokuskan pada sejumlah instrumen hukum yang saling berkaitan, antara lain UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, UU No. 6 Tahun 2023, UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta UU No. 11 Tahun 2008 yang telah mengalami perubahan melalui

⁴ Dinda, D., Siti, H., & Yulianti. (2023). Juridical analysis of the obligation to apply the halal label and assurance of information on marketed halal products: A study of Constitutional Court Decision No: 8/PUU-XVII/2019. *RJOAS: Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 10(142).

⁵ Azzahrani, R. F., & Wulansari, R. (2024). Protection of Muslim consumers' right to information on imported food without halal labeling. *Journal of Private and Commercial Law*, 1(2), 214–237.

UU No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Keempat instrumen hukum ini dikaji secara terpadu guna memotret kerangka regulasi yang mengatur perdagangan digital halal secara menyeluruh.

Sementara itu, kasus Nabidz dan Roti Okko dipilih sebagai objek pendekatan kasus dengan pertimbangan bahwa keduanya secara representatif menggambarkan problematika hukum yang menjadi fokus penelitian, yakni peredaran produk yang tidak memenuhi ketentuan halal di platform marketplace dan lemahnya pertanggungjawaban pihak platform dalam situasi tersebut.

Sumber data penelitian terdiri dari bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan, serta bahan hukum sekunder berupa literatur hukum, artikel jurnal ilmiah, dan hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan. Seluruh data dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan teknik interpretasi dan konstruksi hukum untuk menghasilkan argumen yang sistematis dan koheren.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Bagaimana Efektivitas Regulasi Jaminan Produk Halal saat ini Dalam memberikan Kepastian Hukum Bagi Konsumen Muslim Terhadap Kebenaran Informasi Produk di Ekosistem Marketplace?

Berlakunya regulasi jaminan produk halal terbaru dalam sistem hukum Indonesia saat ini membuka babak baru dalam tata kelola perlindungan konsumen muslim. Berbeda dengan rezim sebelumnya, kerangka hukum saat ini hadir dengan pendekatan yang lebih adaptif terhadap dinamika dunia usaha melalui penyederhanaan alur sertifikasi serta perluasan kewajiban halal bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Namun, efektivitas regulasi ini menghadapi tantangan besar ketika dihadapkan pada masifnya transaksi di ekosistem marketplace.

Meskipun ketentuan terbaru telah mempertegas kewajiban sertifikasi bagi setiap pelaku usaha yang memproduksi maupun memasarkan produk, terdapat catatan kritis mengenai jangkauan regulasi tersebut terhadap platform digital. Secara normatif, pengaturan yang ada saat ini belum secara eksplisit menempatkan marketplace sebagai entitas hukum yang memikul tanggung jawab verifikasi dalam memastikan kepatuhan penjual di bawah naungannya. Hal ini menjadi titik krusial dalam menguji efektivitas hukum, sebab tanpa adanya integrasi kewajiban antara produsen dan platform penyedia sarana, kepastian hukum bagi konsumen muslim akan sulit terwujud secara nyata.

Jika merujuk pada pemikiran Gustav Radbruch tentang nilai fundamental hukum,⁶ maka efektivitas regulasi saat ini dalam memberikan kepastian bagi

⁶ Radbruch, G. (2006). Statutory Lawlessness and Supra-Statutory Law. Oxford Journal of Legal Studies,

konsumen masih bersifat tidak langsung. Kemudahan proses sertifikasi, termasuk mekanisme pernyataan mandiri (*self-declare*), memang mendorong pertumbuhan usaha sebagaimana filosofi deregulasi yang diusung. Namun, di sisi lain, hal ini menuntut sistem pengawasan yang lebih kuat di ekosistem digital agar kemudahan tersebut tidak justru memperlebar celah ketidakakuratan informasi produk yang diterima oleh konsumen.

Namun dari perspektif perlindungan konsumen, mekanisme *self-declare* menimbulkan kekhawatiran tersendiri. Dalam konteks marketplace, ribuan produk pangan dapat dipasarkan setiap harinya oleh pelaku usaha yang berbeda-beda. Mekanisme *self-declare* tanpa verifikasi yang memadai berpotensi menciptakan ruang bagi beredarnya produk yang diklaim halal tanpa dasar yang dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Kondisi ini memperdalam asimetri informasi yang dialami konsumen.

Di dalam teori asimetri informasi yang dikembangkan oleh George Akerlof melalui karyanya "The Market for Lemons" (1970) yang pada artinya kondisi di mana penjual memiliki informasi lebih lengkap dibandingkan pembeli akan mendorong terjadinya *adverse selection*⁷ dengan kata lain yakni produk berkualitas buruk atau produk yang tidak memenuhi persyaratan halal dapat mendominasi pasar karena konsumen tidak memiliki kemampuan untuk membedakannya secara langsung. Platform marketplace dalam kondisi ini berperan sebagai pasar digital yang memfasilitasi terjadinya *adverse selection* tersebut.

Eksistensi regulasi jaminan produk halal yang berlaku saat ini memiliki relevansi yuridis yang fundamental dalam ranah hukum perdata, khususnya berkaitan dengan rekonstruksi hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen pada ekosistem perdagangan digital. Dalam perspektif keperdataan, pembaruan kerangka hukum ini menegaskan bahwa interaksi tersebut merupakan manifestasi dari hubungan kontraktual yang bersumber pada asas konsensualitas. Di dalamnya, kedudukan pelaku usaha sebagai penyedia produk dan konsumen sebagai pengguna jasa terikat dalam suatu perikatan yang melahirkan hak dan kewajiban timbal balik, di mana akurasi informasi produk menjadi elemen esensial bagi sahnya suatu perjanjian secara elektronik.

Relevansi tersebut sejalan dengan prinsip bahwa dalam sistem hukum perdata Indonesia, suatu perjanjian dianggap sah apabila memenuhi syarat-syarat yang ditentukan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, khususnya Pasal 1320 yang menyebutkan bahwa syarat sahnya perjanjian terdiri atas kesepakatan para pihak, kecakapan untuk membuat perikatan,

26(1), 1–11

⁷ Akerlof, G. A. (1970). *The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism*. The Quarterly Journal of Economics, 84(3), 488–500.

suatu objek tertentu, serta sebab yang halal. Dalam konteks transaksi digital, kesepakatan antara konsumen dan pelaku usaha sering kali terjadi melalui mekanisme elektronik seperti persetujuan atas syarat dan ketentuan penggunaan platform atau pembelian produk secara daring. Oleh karena itu, informasi mengenai status kehalalan suatu produk menjadi bagian dari objek perjanjian sekaligus unsur yang memengaruhi kesepakatan konsumen Muslim dalam melakukan transaksi.

Sejalan dengan pembaruan regulasi jaminan produk halal, kewajiban sertifikasi kini mencakup seluruh produk yang beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia, termasuk yang didistribusikan melalui ekosistem digital. Ketentuan ini pada dasarnya berfungsi sebagai instrumen perlindungan hukum bagi konsumen Muslim guna memperoleh kepastian atas hak-hak perdatanya. Dalam perspektif hukum perdata, kepastian tersebut berkelindan erat dengan asas iktikad baik (*te goeder trouw*) dalam pelaksanaan perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata. Asas ini menegaskan bahwa pelaku usaha yang memasarkan produk melalui platform digital memikul tanggung jawab yuridis untuk menyajikan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Dengan demikian, akurasi status kehalalan produk bukan sekadar pemenuhan regulasi administratif, melainkan wujud kepatuhan terhadap prinsip iktikad baik yang harus melandasi setiap tahapan transaksi elektronik..

Lebih lanjut, regulasi jaminan produk halal saat ini juga mempertegas kewajiban pelaku usaha untuk mencantumkan label halal pada produk yang telah memperoleh sertifikat resmi. Dalam konteks transaksi digital, pencantuman tersebut dimanifestasikan melalui deskripsi produk atau atribut visual khusus pada etalase marketplace sebagai representasi validitas produk. Kewajiban ini memiliki implikasi yuridis yang signifikan dalam ranah hukum perdata; ketiadaan atau ketidakbenaran informasi mengenai status halal dapat dikualifikasikan sebagai bentuk wanprestasi terhadap perikatan yang telah disepakati. Hal ini dikarenakan pelaku usaha gagal memenuhi prestasi berupa pemberian informasi yang benar, yang merupakan elemen esensial dalam menentukan kehendak konsumen Muslim untuk bertransaksi, sehingga memberikan dasar hukum bagi konsumen untuk menuntut ganti kerugian atau pembatalan perjanjian.

Konsep wanprestasi dalam hukum perdata diatur dalam Pasal 1239 KUHPerdata yang menyatakan bahwa setiap perikatan untuk berbuat sesuatu atau tidak berbuat sesuatu, apabila tidak dipenuhi oleh debitur, maka ia wajib mengganti biaya, kerugian, dan bunga. Dalam konteks ini, apabila pelaku usaha menjual produk yang diklaim halal tetapi ternyata tidak memiliki sertifikat halal atau tidak memenuhi standar halal, maka pelaku usaha dapat dianggap telah melakukan wanprestasi terhadap perjanjian dengan konsumen. Hal ini

disebabkan karena objek perjanjian yang disepakati oleh para pihak tidak sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Selain itu tindakan pelaku usaha yang memberikan informasi yang tidak benar mengenai status halal produk juga dapat dikategorikan sebagai perbuatan melawan hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdara. Pasal tersebut menyatakan bahwa setiap perbuatan melawan hukum yang menimbulkan kerugian bagi orang lain mewajibkan pelaku untuk mengganti kerugian tersebut. Dalam praktik perdagangan digital, konsumen Muslim yang merasa dirugikan karena membeli produk yang ternyata tidak halal dapat menuntut ganti rugi kepada pelaku usaha berdasarkan ketentuan perbuatan melawan hukum tersebut.

Keberadaan ketentuan Pasal 48 UU No. 6 Tahun 2023 dengan demikian memiliki fungsi penting dalam menciptakan kepastian hukum bagi konsumen Muslim dalam melakukan transaksi melalui platform digital. Kepastian hukum tersebut tidak hanya berkaitan dengan kewajiban administratif berupa sertifikasi halal, tetapi juga berkaitan dengan perlindungan hak-hak konsumen dalam hubungan hukum perdata antara konsumen dan pelaku usaha. Dengan adanya pengaturan yang lebih jelas mengenai kewajiban pelaku usaha dalam menjamin kehalalan produk, konsumen Muslim memperoleh dasar hukum yang kuat untuk menuntut haknya apabila terjadi pelanggaran terhadap ketentuan tersebut.

Pasal 48 UU No. 6 Tahun 2023 juga memuat perubahan Pasal 25 yang meletakkan kewajiban kepada pelaku usaha untuk memajang label halal pada setiap produk yang telah mendapatkan pengakuan sertifikasi. Dalam konteks perdagangan digital, implementasi pasal ini menghadapi tantangan teknis yang serius. Berbeda dengan perdagangan konvensional di mana label halal dapat langsung terlihat pada kemasan fisik produk, dalam perdagangan digital konsumen hanya dapat mengandalkan informasi yang dicantumkan oleh penjual pada halaman produk di marketplace. Ketidadaan sistem yang menghubungkan secara otomatis antara basis data sertifikasi halal milik BPJPH dengan sistem pengelolaan konten di platform marketplace menciptakan ruang kosong yang berpotensi disalahgunakan. Konsumen tidak dapat secara mandiri memverifikasi keaslian klaim halal suatu produk, sementara marketplace tidak memiliki kewajiban hukum yang tegas untuk melakukan verifikasi tersebut sebelum produk ditayangkan.⁸ Jika diperhadapkan dengan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, terutama Pasal 4 huruf (c) yang secara eksplisit mengakui hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan dapat dipertanggungjawabkan mengenai produk yang dibelinya, maka absennya kewajiban verifikasi halal pada platform marketplace dapat

⁸ Pangaribuan, R. R., & Permata, C. (2025). Reconstruction of consumer protection regarding the provision of halal features in the marketplace from the perspective of Maqashid Syariah. *Legal Brief*, 14(1), 118–127.

dibaca sebagai bentuk pembiaran terhadap kerugian hak-hak konsumen muslim yang terjadi secara struktural. Dengan demikian, meskipun pemerintah telah mengesahkan UU No. 6 Tahun 2023 untuk mempercepat sertifikasi halal, Pasal 48 dalam undang-undang tersebut tetap tidak menyentuh subjek hukum marketplace. Akibatnya, terjadi kekosongan hukum (legal vacuum) yang membuat marketplace berlindung di balik status mereka sebagai 'penyedia platform' untuk menghindari tanggung jawab atas produk tanpa label halal yang beredar di ekosistem digitalnya.⁹

Ketidaktegasaan Pasal 48 UU No. 6 Tahun 2023 dalam menempatkan marketplace sebagai subjek hukum yang mandiri sesungguhnya bukan semata-mata kelalaian teknis legislasi, melainkan mencerminkan ketegangan yang lebih fundamental antara dua filosofi kebijakan yang saling bertarik. Di satu sisi, semangat omnibus law yang menjiwai UU No. 6 Tahun 2023 berorientasi pada deregulasi dan penyederhanaan beban usaha demi mendorong pertumbuhan ekonomi. Di sisi lain, jaminan perlindungan konsumen muslim menuntut regulasi yang semakin ketat seiring dengan meluasnya ekosistem perdagangan digital. Ketika dua orientasi kebijakan ini bertemu dalam satu produk legislasi, yang terjadi adalah kompromi yang seringkali mengorbankan kepastian hukum di satu sisi demi kemudahan berusaha di sisi lain.

Ketegangan ini juga tampak dalam cara UU No. 6 Tahun 2023 memperlakukan konsep "pelaku usaha" secara keseluruhan. Dalam konstruksi hukum yang ada, pelaku usaha dimaknai secara konvensional sebagai pihak yang memproduksi, mengolah, atau memasarkan produk secara langsung. Platform marketplace, yang secara teknis hanya menyediakan infrastruktur digital bagi pertemuan antara penjual dan pembeli, tidak dengan mudah dapat dimasukkan ke dalam definisi tersebut. Padahal, dalam kenyataannya, marketplace bukan sekadar infrastruktur pasif. Mereka secara aktif mengelola algoritma pencarian yang menentukan produk mana yang lebih mudah ditemukan oleh konsumen, menetapkan syarat dan ketentuan bagi para penjual, serta memiliki kemampuan teknis untuk memblokir atau membatasi produk tertentu. Peran aktif ini seharusnya menjadi dasar yang kuat untuk memperluas tanggung jawab hukum marketplace melampaui sekadar penyedia infrastruktur.

Perlu pula diperhatikan bahwa UU No. 6 Tahun 2023, sebagai produk dari mekanisme omnibus law, merupakan undang-undang yang mengubah banyak undang-undang sekaligus dalam satu instrumen hukum. Pendekatan ini, meskipun efisien dari sisi legislatif, rentan menghasilkan ketidakkonsistenan normatif. Dalam hal jaminan produk halal, perubahan yang dilakukan melalui

⁹ Usmi, V., Nagara, S. H., Majestica, A., Sukmawati, S., & Lestatika, D. P. (2024). Hak atas informasi bagi konsumen terhadap labelisasi halal dan non halal pada industri kuliner. *Indonesian Journal of Law and Justice*, 2(1), 1–9.

Pasal 48 tidak disertai dengan penyesuaian yang memadai terhadap ketentuan-ketentuan dalam UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE yang relevan¹⁰. Akibatnya, ketiga rezim hukum ini tetap berjalan dalam jalur masing-masing tanpa sinkronisasi yang memadai, dan konsumen muslim yang dirugikan oleh beredarnya produk tanpa label halal di marketplace menghadapi labirin regulasi yang sulit dinavigasi untuk memperoleh pemulihan hak mereka.

Dari sudut pandang teori hukum, kondisi ini dapat dijelaskan menggunakan konsep fragmentasi hukum yang diperkenalkan oleh para ahli hukum internasional dan diadaptasi dalam konteks hukum nasional. Fragmentasi terjadi ketika berbagai rezim hukum yang mengatur satu fenomena sosial yang sama berkembang secara tidak terkoordinasi, sehingga menimbulkan konflik norma, kekosongan pengaturan dan ketidakpastian hukum. Dalam konteks perdagangan digital halal di Indonesia, fragmentasi antara rezim hukum jaminan produk halal, perlindungan konsumen, dan transaksi elektronik menciptakan tepat kondisi semacam itu. Tidak ada satu pun dari ketiga rezim tersebut yang secara komprehensif mengatur kewajiban marketplace dalam menjamin kehalalan produk yang diperdagangkan melalui platformnya.¹¹

Persoalan kepastian hukum bagi konsumen muslim juga berkaitan erat dengan persoalan literasi hukum dan digital yang masih rendah di kalangan masyarakat. Sebagian besar konsumen tidak mengetahui bahwa mereka memiliki hak atas informasi halal yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan berdasarkan Pasal 4 huruf (c) UU Perlindungan Konsumen. Bahkan jika mereka mengetahuinya, banyak yang tidak tahu bagaimana cara menuntut hak tersebut ketika dilanggar. Kondisi ini menciptakan apa yang dalam teori hukum disebut sebagai "hak di atas kertas" (rights on paper), yakni hak yang secara formal diakui oleh undang-undang tetapi secara praktis tidak dapat dinikmati oleh mereka yang seharusnya dilindungi. Pembentukan regulasi terhadap kewajiban marketplace, dengan demikian, perlu disertai pula dengan program peningkatan literasi hukum konsumen agar hak-hak yang dijamin oleh undang-undang benar-benar dapat dirasakan manfaatnya.¹²

Relevan pula untuk dicatat bahwa beberapa platform marketplace di Indonesia sebenarnya telah secara sukarela mengembangkan fitur-fitur yang berkaitan dengan jaminan produk halal, meski tidak diwajibkan oleh hukum.

¹⁰ Masri, E., Irianto, S., Masriani, Y. T., & Falah, S. M. S. (2025). Halal product assurance as legal protection for Muslim consumers in Indonesia. *Al-Ahkam*, 35(1), 205–234.

¹¹ Niza, J. I. A. (2023). Penerapan sistem jaminan produk halal sebagai bentuk kepastian hukum perlindungan konsumen. *Jurnal Studi Islam Indonesia (JSII)*, 1(1), 141–156.

¹² Efendi, S. W. N., & Wahyoeono H, D. (2024). Kepastian hukum penetapan sertifikasi halal di Indonesia ditinjau dari Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja. *Journal Evidence of Law*, 3(1), 44–55.

Shopee, misalnya, telah menghadirkan fitur filter produk halal yang memungkinkan konsumen untuk menyaring produk berdasarkan status kehalalannya. Langkah ini, meskipun patut diapresiasi, memiliki kelemahan mendasar karena sepenuhnya bergantung pada kejujuran penjual dalam mencantumkan informasi halal pada produknya. Tanpa mekanisme verifikasi yang independen dan terintegrasi dengan sistem BPJPH, fitur semacam ini hanya memindahkan persoalan asimetri informasi dari satu lapis ke lapis lainnya tanpa benar-benar menyelesaikannya. Fakta bahwa inisiatif ini dilakukan secara sukarela juga menunjukkan bahwa sesungguhnya terdapat kemauan dari pihak platform untuk berperan lebih aktif, dan tinggal dibutuhkan regulasi yang tepat untuk mengubah inisiatif sukarela tersebut menjadi standar yang berlaku secara universal dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam kerangka analisis yang lebih luas, kondisi yang ada saat ini sesungguhnya merupakan cerminan dari ketertinggalan regulasi (*regulatory lag*) yang hampir selalu terjadi ketika teknologi berkembang lebih cepat daripada kemampuan hukum untuk menyesuaikan diri. Perdagangan digital berkembang dengan kecepatan yang jauh melampaui ritme proses legislasi konvensional. Ketika UU No. 33 Tahun 2014 disusun, ekosistem marketplace di Indonesia belum semaju dan sekompleks sekarang. Ketika UU No. 6 Tahun 2023 disahkan, fokus utama pembentuk undang-undang tampaknya lebih tertuju pada percepatan sertifikasi dan kemudahan berusaha daripada pada tantangan baru yang ditimbulkan oleh model bisnis marketplace. Oleh karena itu, ke depan diperlukan mekanisme regulasi yang lebih adaptif dan responsif, misalnya melalui pengaturan berbasis prinsip (*principles-based regulation*) yang memberikan fleksibilitas bagi regulator untuk menyesuaikan ketentuan teknis sesuai dengan perkembangan teknologi tanpa harus menunggu proses legislasi yang panjang.

2. Analisis Hambatan Penegak Hukum: Pertanggungjawaban Marketplace atas Peredaran Produk Tanpa Label Halal

Rintangan paling mendasar dalam upaya meminta pertanggungjawaban hukum kepada marketplace terkait peredaran produk tanpa label halal bersumber dari cara hukum selama ini mendefinisikan dan memposisikan entitas marketplace itu sendiri. Berdasarkan ketentuan dalam UU No. 11 Tahun 2008 jo. UU No. 19 Tahun 2016 tentang ITE, penyelenggara sistem elektronik secara prinsipil dibebaskan dari kewajiban bertanggung jawab atas muatan yang diunggah oleh pihak pengguna, sepanjang penyelenggara tidak turut campur secara aktif dalam proses pembuatan atau pengubahan konten

tersebut.¹³

Konstruksi ini sejalan dengan prinsip safe harbor yang dikenal dalam hukum siber internasional, di mana platform digital mendapatkan perlindungan hukum dari pertanggungjawaban atas tindakan pihak ketiga yang menggunakan platformnya.¹⁴

Prinsip ini memiliki justifikasi yang kuat dalam konteks kebebasan arus informasi dan inovasi digital, namun dalam konteks keamanan pangan dan perlindungan konsumen muslim, penerapannya secara absolut dapat menimbulkan ketidakadilan yang sistemis. Kasus Nabidz memberikan gambaran yang jelas mengenai problematika ini. Produk minuman Nabidz sempat dipasarkan di sejumlah marketplace dengan klaim halal yang dipertanyakan. Meskipun produk tersebut beredar di platform digital, tidak ada tindakan hukum yang secara langsung ditujukan kepada marketplace sebagai pihak yang memfasilitasi peredarannya. Penegakan hukum hanya difokuskan kepada produsen atau penjual langsung, sedangkan platform tetap berada di zona aman secara hukum.¹⁵

Analisis mendalam terhadap kerangka regulasi yang ada mengungkap adanya celah (gap) yang signifikan antara rezim hukum perlindungan konsumen, rezim hukum jaminan produk halal, dan rezim hukum transaksi elektronik. Ketiga rezim hukum ini berjalan secara paralel tanpa mekanisme koordinasi yang memadai, sehingga menciptakan ruang abu-abu dalam hal pertanggungjawaban marketplace.

Permasalahan mengenai peredaran produk tanpa label halal pada platform marketplace merupakan isu yang tidak hanya berkaitan dengan hukum administrasi negara, tetapi juga memiliki dimensi yang kuat dalam ranah hukum perdata, khususnya terkait tanggung jawab pelaku usaha dan perlindungan konsumen. Dalam konteks masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, keberadaan label halal menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Oleh karena itu, apabila produk yang diperdagangkan melalui marketplace tidak memiliki label halal sebagaimana diwajibkan oleh peraturan perundang-undangan, maka hal tersebut dapat menimbulkan persoalan hukum yang menyangkut kepastian hukum, perlindungan konsumen, serta pertanggungjawaban pelaku usaha dan penyelenggara platform digital.

Secara normatif kewajiban pencantuman label halal diatur dalam Undang-

¹³ Rizkiansyah, M. D., & Santoso, B. (2025). Tinjauan yuridis terhadap kewajiban marketplace terkait peredaran barang palsu yang melanggar merek dagang. *JIM: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 4(3).

¹⁴ Dwijaya, A. G., & Hamono. (2025). Construction of marketplace responsibility in consumer protection of digital halal products in Indonesia. *Journal of Law Sciences (Legisci)*, 3(1).

¹⁵ Jusar, R., Taher, P., & Dwivismiar, I. (2023). Tanggungjawab pelaku usaha dan marketplace terhadap pelanggaran asas itikad baik dalam transaksi e-commerce. *Sultan Jurisprudence: Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 3(1), 62–72.

Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang kemudian diperbarui melalui Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Perppu Cipta Kerja menjadi Undang-Undang. Dalam Pasal 4 UU Jaminan Produk Halal ditegaskan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Ketentuan ini kemudian dipertegas dalam Pasal 25 yang mewajibkan pelaku usaha yang telah memperoleh sertifikat halal untuk mencantumkan label halal pada kemasan produk, bagian tertentu dari produk, maupun tempat tertentu pada produk tersebut. Kewajiban ini juga berlaku dalam praktik perdagangan elektronik atau marketplace karena produk yang dijual secara daring tetap termasuk dalam kategori produk yang beredar di wilayah Indonesia.

Dalam pelaksanaan ketentuan tersebut, peran administratif negara dilaksanakan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang berada di bawah Kementerian Agama. BPJPH memiliki kewenangan utama dalam penyelenggaraan sistem jaminan produk halal, termasuk dalam proses registrasi, verifikasi, serta penerbitan sertifikat halal. Kewenangan BPJPH ini diatur dalam Pasal 6 UU Jaminan Produk Halal yang menyebutkan bahwa BPJPH bertugas merumuskan dan menetapkan kebijakan jaminan produk halal, menerbitkan dan mencabut sertifikat halal, melakukan registrasi sertifikat halal produk luar negeri, serta melakukan pengawasan terhadap produk yang beredar. Dalam konteks marketplace, BPJPH memiliki peran penting dalam memastikan bahwa produk yang diperdagangkan secara digital telah memenuhi ketentuan sertifikasi halal sebagaimana diwajibkan oleh undang-undang

Namun demikian, dalam praktiknya terdapat berbagai hambatan dalam penegakan hukum terhadap peredaran produk tanpa label halal di marketplace. Salah satu hambatan utama adalah kompleksitas sistem perdagangan digital yang melibatkan banyak pihak, seperti penjual individu, distributor, serta penyelenggara platform marketplace itu sendiri. Marketplace pada dasarnya berfungsi sebagai perantara yang mempertemukan penjual dan pembeli melalui sistem elektronik. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana tanggung jawab hukum marketplace apabila terjadi pelanggaran berupa penjualan produk tanpa label halal.

Dalam perspektif hukum perdata, hubungan antara konsumen dan pelaku usaha dalam marketplace pada dasarnya merupakan hubungan kontraktual yang lahir dari suatu perjanjian jual beli. Prinsip dasar mengenai keabsahan perjanjian diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyebutkan bahwa suatu perjanjian harus memenuhi empat syarat, yaitu kesepakatan para pihak, kecakapan, objek tertentu, serta sebab yang halal. Dalam konteks ini, informasi mengenai status halal suatu produk merupakan bagian dari objek perjanjian yang memengaruhi kesepakatan konsumen

Muslim untuk melakukan transaksi. Apabila produk yang dijual tidak memiliki label halal sebagaimana diwajibkan oleh hukum, maka dapat timbul potensi wanprestasi atau bahkan perbuatan melawan hukum.

Konsep wanprestasi diatur dalam Pasal 1239 KUHPerdara yang menyatakan bahwa pihak yang tidak memenuhi kewajibannya dalam suatu perikatan wajib mengganti biaya, kerugian, dan bunga. Apabila pelaku usaha menjual produk yang tidak memenuhi kewajiban label halal, maka pelaku usaha dapat dianggap telah melanggar kewajiban kontraktual terhadap konsumen. Selain itu, tindakan tersebut juga dapat dikategorikan sebagai perbuatan melawan hukum berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdara apabila peredaran produk tanpa label halal menimbulkan kerugian bagi konsumen. Selain BPJPH, lembaga lain yang memiliki peran dalam penyelesaian sengketa konsumen adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Keberadaan BPSK diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal 52 undang-undang tersebut, BPSK memiliki kewenangan untuk menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen melalui mekanisme mediasi, konsiliasi, atau arbitrase. Dalam kasus peredaran produk tanpa label halal di marketplace, konsumen yang merasa dirugikan dapat mengajukan pengaduan kepada BPSK untuk memperoleh penyelesaian sengketa secara cepat dan sederhana tanpa harus melalui proses peradilan yang panjang.

Meskipun demikian, penegakan hukum terhadap marketplace masih menghadapi berbagai hambatan. Salah satu hambatan utama adalah keterbatasan kewenangan langsung BPJPH dalam mengawasi seluruh produk yang beredar di marketplace yang jumlahnya sangat besar dan berasal dari berbagai wilayah. Selain itu, banyak pelaku usaha yang merupakan usaha mikro dan kecil yang belum memahami kewajiban sertifikasi halal. Kondisi ini menyebabkan masih banyak produk yang diperdagangkan tanpa label halal meskipun secara hukum kewajiban tersebut telah diatur secara jelas.

Hambatan lainnya berkaitan dengan posisi marketplace sebagai penyedia platform yang sering kali menyatakan diri hanya sebagai perantara transaksi. Hal ini menimbulkan perdebatan mengenai tanggung jawab hukum marketplace terhadap produk yang dijual oleh para penjual di dalam platform tersebut. Dalam perspektif perlindungan konsumen, marketplace seharusnya tetap memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang diperdagangkan melalui sistemnya tidak melanggar ketentuan hukum yang berlaku, termasuk kewajiban sertifikasi halal.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa hambatan penegakan hukum terhadap peredaran produk tanpa label halal di marketplace tidak hanya bersumber dari faktor regulasi, tetapi juga dari kompleksitas sistem perdagangan digital serta keterbatasan pengawasan oleh lembaga yang

berwenang. Peran BPJPH sebagai lembaga administratif dalam sistem jaminan produk halal dan peran BPSK sebagai lembaga penyelesaian sengketa konsumen menjadi sangat penting dalam memastikan perlindungan hukum bagi konsumen Muslim. Dalam perspektif hukum perdata, pertanggungjawaban marketplace dan pelaku usaha dapat didasarkan pada prinsip wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum apabila peredaran produk tanpa label halal menimbulkan kerugian bagi konsumen. Oleh karena itu, penguatan koordinasi antara lembaga pengawas, marketplace, serta pelaku usaha menjadi langkah penting untuk menciptakan kepastian hukum dan perlindungan yang lebih efektif bagi konsumen dalam era perdagangan digital.

Kasus Roti Okko memperkuat argumen ini. Meski persoalan utama dalam kasus tersebut berkaitan dengan kandungan bahan pengawet dan bukan secara langsung tentang label halal, kasus ini mengilustrasikan bagaimana ketidaktransparanan informasi produk di marketplace dapat merugikan konsumen secara luas sebelum tindakan penegakan hukum dapat dilakukan.¹⁶ Prinsip caveat emptor yang meletakkan beban kehati-hatian pada konsumen jelas tidak memadai dalam konteks transaksi digital massal yang bercirikan asimetri informasi tinggi.¹⁷

Dari perspektif hukum perdata, pertanggungjawaban marketplace atas peredaran produk tanpa label halal dapat dibangun melalui doktrin respondeat superior atau tanggung jawab berdasarkan kesalahan (fault-based liability). Apabila dapat dibuktikan bahwa pihak marketplace telah mengetahui, atau dalam kapasitasnya seharusnya mengetahui, keberadaan produk tanpa label halal yang beredar di sistemnya namun memilih untuk tidak mengambil langkah pencegahan yang layak, maka jalan terbuka untuk menggugat marketplace secara perdata berdasarkan ketentuan Pasal 1365 KUH Perdata mengenai perbuatan melawan hukum.

Dari sudut pandang hukum pidana, norma-norma sanksi yang termuat dalam UU No. 33 Tahun 2014 jo. UU No. 6 Tahun 2023 memang secara literal ditujukan kepada pelaku usaha dalam kapasitasnya sebagai produsen atau pemasar produk. Namun dengan perluasan tafsir yang mengakui marketplace sebagai "pelaku usaha" dalam pengertian luas yakni pihak yang secara nyata memperoleh manfaat ekonomi dari transaksi yang terjadi di platformnya maka tidak tertutup kemungkinan untuk memperluas jangkauan pertanggungjawaban pidana kepada marketplace.

Perkembangan hukum di berbagai yurisdiksi internasional menunjukkan kecenderungan untuk menggeser paradigma marketplace dari sekadar

¹⁶ Zahra, N., Rosyada, F. A., Inayati, A. A., & Sa'adah, N. N. (2024). Perlindungan konsumen Muslim terhadap produk makanan tanpa label halal (Studi produk makanan dan minuman pada UMKM Desa Ketitanglor). *Jurnal Studi Islam Indonesia (JSII)*, 2(2), 341–358.

¹⁷ Ruslin. (2003). Tanggung jawab pelaku usaha pangan olahan dihubungkan dengan sertifikasi dan labelisasi halal dalam rangka perlindungan konsumen. *Justice Pro: Jurnal Ilmu Hukum*

perantara pasif menjadi active gatekeeper yang memiliki tanggung jawab proaktif dalam memastikan kepatuhan produk yang dipasarkan terhadap standar-standar yang berlaku. Uni Eropa, misalnya, melalui Digital Services Act (DSA) yang mulai berlaku penuh pada tahun 2024, mewajibkan platform digital besar untuk melakukan penilaian risiko dan mengambil langkah-langkah mitigasi terhadap konten atau produk ilegal yang beredar di platformnya.

Di luar batas-batas hukum formal, persoalan beredarnya produk tanpa label halal di marketplace sesungguhnya juga menyentuh ranah tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lazim dikenal sebagai *corporate social responsibility* (CSR). Platform marketplace yang menjalankan bisnisnya di Indonesia, dengan basis pengguna yang sebagian besar beragama Islam, secara moral dan sosial menanggung tanggung jawab untuk memastikan platformnya tidak menjadi sarana yang justru merugikan konsumen yang selama ini mempercayakan kebutuhan belanjanya kepada mereka.¹⁸

Gagasan ini sejalan dengan teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*) yang digagas oleh Edward Freeman, yang menegaskan bahwa korporasi tidak cukup hanya bertanggung jawab kepada investor dan pemilik modal, melainkan juga kepada seluruh pihak yang terdampak oleh operasional bisnisnya, termasuk para konsumennya.¹⁹ Dalam perspektif ini, platform marketplace menanggung tanggung jawab yang melampaui sekadar kepatuhan hukum, yakni tanggung jawab etis untuk melindungi kepentingan konsumen muslimnya secara sungguh-sungguh. Perlu dikaji pula mekanisme pengawasan yang sesungguhnya dibutuhkan untuk menutup celah hukum yang ada. Keberadaan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai lembaga pemerintah yang berwenang dalam penyelenggaraan jaminan produk halal sejatinya telah memberikan landasan institusional yang cukup kuat.

Namun demikian, kapasitas BPJPH untuk menjangkau dan mengawasi jutaan produk yang diperdagangkan setiap harinya di berbagai platform marketplace masih sangat terbatas. Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara mandat kelembagaan yang luas dengan kapasitas operasional yang ada, sehingga pengawasan terhadap peredaran produk tanpa label halal di ekosistem digital pada praktiknya masih bersifat reaktif dan tidak sistematis. Dalam konteks ini, integrasi teknologi informasi menjadi solusi yang tidak dapat dihindari. BPJPH telah mengembangkan sistem informasi halal yang memuat basis data sertifikasi halal yang dapat diakses secara daring. Akan

¹⁸ Humam, N. M., Maulana, R., & Fathurohman. (2025). Perlindungan konsumen Muslim di marketplace: Urgensi transparansi sertifikat halal digital (Studi pada Shopee). *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 8(2).

¹⁹ Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman

tetapi, belum terdapat kewajiban hukum yang memerintahkan platform marketplace untuk mengintegrasikan sistem mereka secara langsung dengan basis data BPJPH tersebut. Padahal, dengan integrasi semacam itu, platform dapat secara otomatis memverifikasi keaslian klaim halal suatu produk saat penjual mendaftarkan produknya²⁰, sehingga asimetri informasi yang dialami konsumen dapat dikurangi secara signifikan. Ketidadaan kewajiban integrasi ini mencerminkan kurangnya visi regulasi yang komprehensif dalam menghadapi tantangan perdagangan digital di era modern.

Persoalan lain yang tidak kalah penting adalah soal mekanisme pengaduan dan pemulihan hak konsumen. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan hak kepada konsumen untuk mengajukan gugatan atau pengaduan apabila hak-haknya dilanggar. Namun dalam praktik perdagangan digital, jalur pengaduan yang tersedia seringkali tidak efisien dan tidak dapat diandalkan oleh konsumen awam. Konsumen yang merasa dirugikan akibat membeli produk tanpa label halal di marketplace pada umumnya hanya dapat mengajukan komplain kepada penjual atau meminta mediasi dari pihak platform. Sementara itu, jalur pengaduan formal kepada lembaga pengawas seperti BPJPH atau Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) masih terasa jauh dan kurang dikenal oleh masyarakat luas. Kesenjangan antara hak yang dijamin oleh undang-undang dengan aksesibilitas mekanisme pemulihan hak tersebut merupakan salah satu dimensi dari problem perlindungan konsumen di ranah digital yang hingga kini belum mendapat perhatian yang memadai dari pembuat kebijakan²¹.

Tinjauan terhadap regulasi di beberapa negara dengan populasi muslim yang signifikan memberikan perspektif komparatif yang berguna. Malaysia, misalnya, melalui Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM), telah mengembangkan sistem sertifikasi dan pengawasan halal yang terintegrasi antara lembaga sertifikasi, platform perdagangan daring, dan sistem pengawasan pasar. Di Malaysia, platform e-commerce diwajibkan untuk menampilkan informasi sertifikasi halal secara transparan dan dapat diverifikasi oleh konsumen secara langsung. Pendekatan Malaysia ini menunjukkan bahwa regulasi yang lebih tegas dan terintegrasi terhadap marketplace adalah sesuatu yang sangat mungkin untuk diterapkan tanpa harus mengorbankan kemudahan berusaha. Pengalaman Malaysia dapat menjadi rujukan yang relevan bagi Indonesia dalam merancang kerangka regulasi yang lebih komprehensif, dengan tetap mempertimbangkan konteks sosial, ekonomi, dan hukum yang khas di Indonesia.

²⁰ Arifin, Z. (2025). Perlindungan konsumen Muslim terhadap produk halal non-sertifikasi di marketplace digital. *JSE: Jurnal Sharia Economica*, 4(1), 136

²¹ Fauziah, Z., & Ardiansyah, H. (2025). Optimalisasi e-commerce syariah dalam mendukung digitalisasi UMKM halal: Tinjauan literatur. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 14809–14816.

Kembali pada konteks Indonesia, perlu dikritisi pula dampak dari mekanisme self-declare yang diperkenalkan dalam UU No. 6 Tahun 2023 secara lebih mendalam. Mekanisme self-declare sesungguhnya merupakan instrumen kebijakan yang lazim digunakan di berbagai negara sebagai cara untuk meringankan beban administratif bagi pelaku usaha kecil dan menengah²². Namun keberhasilannya sangat bergantung pada keandalan sistem pengawasan purnajual yang dilakukan oleh pemerintah. Dalam konteks Indonesia, di mana kapasitas pengawasan pemerintah masih terbatas dan platform marketplace tidak diwajibkan melakukan verifikasi, mekanisme self-declare berpotensi menciptakan ekosistem di mana klaim halal dapat dibuat secara bebas tanpa konsekuensi hukum yang nyata bagi pelaku curang. Kondisi ini menempatkan konsumen pada posisi yang sangat rentan, karena mereka tidak memiliki cara yang andal untuk membedakan antara klaim halal yang legitim dengan klaim yang hanya bersifat deklaratif semata tanpa substansi yang dapat dipertanggungjawabkan.

Aspek signifikan lainnya adalah dimensi penegakan hukum yang bersifat lintas yurisdiksi. Banyak platform marketplace yang beroperasi di Indonesia merupakan perusahaan multinasional yang berkantor pusat di luar negeri²³. Hal ini menambah kerumitan tersendiri dalam upaya penegakan hukum, karena setiap tindakan hukum yang diambil harus mempertimbangkan aspek hukum internasional dan perjanjian bilateral yang berlaku. Ketika produk tanpa label halal dijual oleh pedagang lintas batas (cross-border) melalui platform marketplace internasional, pertanyaan yurisdiksi menjadi sangat kompleks. Siapa yang bertanggung jawab produsen di negara asal, penjual sebagai individu, ataukah platform yang secara teknis memfasilitasi transaksi tersebut di wilayah hukum Indonesia. Persoalan ini belum mendapat jawaban yang memuaskan dalam kerangka regulasi yang ada, dan ketidakjelasan ini pada gilirannya memperdalam kondisi impunitas yang dinikmati oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.²⁴

Dalam perspektif hukum ekonomi, persoalan asimetri informasi di marketplace halal juga memiliki dampak yang melampaui dimensi perlindungan konsumen semata. Ketidakpastian informasi mengenai status halal suatu produk pada akhirnya akan menurunkan kepercayaan konsumen secara keseluruhan, yang pada gilirannya berdampak negatif terhadap volume transaksi dan kepercayaan terhadap ekosistem perdagangan digital secara

²² Humam, N. M., Maulana, R., Fathurohman, & Yaqin, A. (2025). Perlindungan konsumen Muslim di marketplace: Urgensi transparansi sertifikat halal digital (Studi pada Shopee). *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 8(2), 102–113.

²³ Lubis, A. N., Ahmad, A., & Sahbudi. (2025). Analisis yuridis perlindungan konsumen dalam produk halal berdasarkan UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Studi pada Lembaga Pembela Konsumen Negeri). *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum*, 12(2).

²⁴ Ningsih, L. B., Nurhalizah, S., Amelia P, N., Helmi, & Maghfiroh, L. (2025). Perilaku konsumen dalam penggunaan layanan halal di marketplace online. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(12).

luas. Riset di berbagai negara menunjukkan bahwa konsumen cenderung mengurangi transaksi daring ketika mereka merasa tidak dapat mempercayai informasi produk yang tersedia. Dengan demikian, pengaturan yang lebih ketat terhadap kewajiban marketplace dalam menjamin keakuratan informasi halal sejatinya bukan hanya kepentingan konsumen, tetapi juga kepentingan ekonomi jangka panjang dari platform marketplace itu sendiri. Regulasi yang kuat justru dapat menjadi fondasi bagi pertumbuhan perdagangan digital yang lebih berkelanjutan dan dipercaya.

Urgensi reformasi regulasi dalam hal ini semakin diperkuat oleh perkembangan teknologi yang pesat. Inovasi teknologi seperti kecerdasan buatan (artificial intelligence) dan blockchain kini telah memungkinkan verifikasi rantai pasok secara real-time, termasuk verifikasi kehalalan suatu produk dari bahan baku hingga produk jadi²⁵. Beberapa perusahaan teknologi di dunia bahkan telah mengembangkan platform sertifikasi halal berbasis blockchain yang memungkinkan konsumen untuk memverifikasi klaim halal suatu produk hanya dengan memindai kode QR pada kemasan. Teknologi semacam ini sesungguhnya dapat diadopsi oleh platform marketplace di Indonesia untuk memperkuat transparansi informasi halal, asalkan terdapat regulasi yang mendorong atau mewajibkan adopsi tersebut. Dalam hal ini, hukum semestinya berperan tidak hanya sebagai instrumen penertiban, tetapi juga sebagai pendorong inovasi yang berorientasi pada perlindungan kepentingan publik.

Relevansi pembahasan ini juga meluas kepada dimensi perlindungan hak asasi manusia. Hak atas kebebasan beragama, yang dijamin oleh Pasal 29 Undang- Undang Dasar 1945, mencakup pula hak setiap muslim untuk menjalankan kewajiban agamanya, termasuk hak untuk hanya mengonsumsi makanan dan minuman yang halal. Ketika negara tidak memberikan jaminan yang memadai atas pemenuhan hak ini dalam konteks perdagangan digital, maka terjadi pelanggaran hak konstitusional yang bersifat struktural. Oleh karena itu, pembenahan regulasi terkait kewajiban marketplace dalam menjamin ketersediaan informasi halal bukan sekadar persoalan hukum bisnis, melainkan menyentuh dimensi hak asasi yang lebih fundamental. Perspektif ini penting untuk dikedepankan agar isu ini tidak semata-mata dipandang sebagai persoalan teknis administratif, melainkan juga sebagai persoalan keadilan sosial dan konstitusional yang menuntut respons kebijakan yang serius dan menyeluruh.

Bertolak dari keseluruhan analisis di atas, dapat disusun beberapa rekomendasi kebijakan yang bersifat konstruktif. Pertama, perlu dilakukan

²⁵ Nusran, M., Nasution, E. N., Prayitno, M. A., & Sudarmanto, E. (2023). Halal certification in the digital age: Leveraging online platforms for enhanced transparency and accessibility. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen Indonesia (JEAMI)*, 2(1), 105–115.

revisi atau penambahan aturan pelaksana terhadap UU No. 6 Tahun 2023 yang secara eksplisit mendefinisikan platform marketplace sebagai subjek hukum yang memiliki kewajiban tersendiri dalam penyelenggaraan jaminan produk halal di ekosistem digitalnya. Definisi "pelaku usaha" dalam konteks regulasi halal perlu diperluas untuk secara tegas mencakup penyelenggara platform perdagangan elektronik, bukan hanya produsen dan distributor konvensional. Tanpa kejelasan definisi ini, kekosongan hukum yang ada akan terus bertahan dan menjadi celah yang dimanfaatkan untuk menghindari dari tanggung jawab.²⁶ Kedua, diperlukan pengaturan teknis yang mewajibkan platform marketplace untuk mengintegrasikan sistem pendaftaran produknya dengan basis data sertifikasi halal BPJPH. Kewajiban integrasi ini dapat diimplementasikan secara bertahap sesuai dengan skala dan kapasitas teknis masing-masing platform. Bagi platform dengan skala besar seperti Tokopedia atau Shopee, kewajiban integrasi penuh dapat diberlakukan dalam jangka waktu yang lebih cepat, sementara platform berskala lebih kecil dapat diberikan tenggat waktu yang lebih panjang. Mekanisme integrasi ini tidak harus bersifat real-time secara penuh, namun minimal harus mampu memberikan tanda peringatan otomatis ketika suatu produk yang diklaim halal tidak ditemukan dalam basis data sertifikasi BPJPH.

Ketiga, perlu dikembangkan mekanisme pertanggungjawaban berjenjang (tiered liability) yang membedakan antara marketplace yang telah melakukan langkah-langkah proaktif dalam memverifikasi klaim halal dengan marketplace yang bersikap pasif. Marketplace yang telah menerapkan sistem verifikasi yang memadai dapat memperoleh perlindungan hukum yang lebih kuat, sementara marketplace yang tidak mengambil langkah pencegahan apapun seharusnya menghadapi tanggung jawab hukum yang lebih berat ketika terjadi pelanggaran. Pendekatan berjenjang ini akan menciptakan insentif bagi platform untuk secara sukarela meningkatkan standar verifikasi mereka, tanpa harus menunggu kewajiban hukum yang bersifat mutlak.

Analisis terhadap kasus Nabitdz dan Roti Okko dari perspektif tanggung jawab hukum marketplace mengungkapkan pola yang perlu digarisbawahi. Pada kedua kasus tersebut, respons marketplace yang pertama kali muncul adalah melakukan penarikan produk (takedown) dari platform setelah adanya tekanan publik atau tindakan dari regulator. Tindakan ini, meskipun pada akhirnya memberikan perlindungan kepada konsumen, dilakukan secara reaktif dan bukan sebagai bagian dari sistem pencegahan yang terstruktur. Fakta bahwa kedua produk bermasalah tersebut dapat beredar dalam jangka

²⁶ Syabani, A. H. M., Wardatusyafaqoh, H., & Rifqi. (2025). Muslim consumer protection in the era of e-commerce: A regulatory and social review (Perlindungan konsumen Muslim dalam era e-commerce: Tinjauan regulasi dan sosial). *Lentera Peradaban: Journal on Islamic Studies*, 1(3), 188–201.

waktu yang cukup lama sebelum akhirnya ditindaklanjuti menunjukkan betapa lemahnya mekanisme pengendalian internal marketplace terhadap konten produk yang melanggar ketentuan halal. Hal ini semakin memperkuat argumen bahwa pendekatan reaktif yang selama ini dilakukan tidak memadai untuk melindungi konsumen muslim, dan bahwa reformasi menuju sistem pencegahan yang bersifat proaktif merupakan kebutuhan yang mendesak dan tidak dapat lagi ditunda.

D. Simpulan

Simpulan hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi regulasi mengenai jaminan produk halal saat ini belum mampu memberikan kepastian hukum yang komprehensif bagi konsumen muslim dalam ekosistem perdagangan digital. Meskipun regulasi tersebut berupaya mengakselerasi proses sertifikasi melalui mekanisme pernyataan mandiri, fokus pengaturannya masih terbatas pada subjek hukum konvensional, yakni produsen dan pemasar secara langsung. Hal ini mengakibatkan terjadinya kekosongan hukum terkait status dan tanggung jawab platform *marketplace* yang sering kali berlindung di balik kedudukan sebagai penyedia infrastruktur untuk menghindari akuntabilitas atas peredaran produk tanpa label halal. Padahal, dalam praktik keperdataan, ketiadaan informasi halal yang akurat dapat dikategorikan sebagai bentuk wanprestasi atau perbuatan melawan hukum yang merugikan hak-hak dasar konsumen atas informasi yang benar dan jujur.

Selanjutnya, kerentanan konsumen terhadap asimetri informasi diperparah oleh ketiadaan sistem verifikasi yang terintegrasi secara otomatis antara basis data sertifikasi otoritas berwenang dengan sistem pengelolaan konten pada platform digital. Kondisi ini menuntut adanya reorientasi kebijakan yang menempatkan marketplace sebagai *active gatekeeper* melalui perluasan tafsir subjek hukum dan penguatan regulasi yang mewajibkan integrasi teknologi verifikasi halal. Sinkronisasi antara berbagai rezim hukum menjadi krusial untuk mengatasi fragmentasi hukum yang menghambat efektivitas penegakan aturan di lapangan. Dengan demikian, reformasi regulasi yang lebih adaptif dan responsif tidak hanya diperlukan untuk melindungi kepentingan religius-konstitusional konsumen, tetapi juga untuk membangun integritas serta kepercayaan publik terhadap ekosistem ekonomi digital secara berkelanjutan.

E. Ucapan Terimakasih

Penulis Menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar besarnya kepada Aprila Niravita, S.H., M.Kn. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan

arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan karya ilmiah ini. Kesabaran dan ketelitian beliau dalam membimbing menjadi motivasi tersendiri bagisaya untuk terus memperbaiki dan menyempurnakan penelitian ini. Ucapan terimakasih yang tulus juga saya sampaikan kepada segenap keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan semangat, serta kasih sayang tanpa henti. Dukungan moril dan materil dari keluarga menjadi kekuatan utama bagi penulis dalam menyelesaikan tugas ini dengan baik semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda

F. Pernyataan Konflik Kepentingan

Penulis Menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan terkait penelitian, penulisan, maupun publikasi artikel ini. Seluruh proses penelitian dilakukan secara independent tanpa adanya tekanan atau kepentingan dari pihak mana pun yang dapat memengaruhi substansi maupun hasil penelitian

G. Referensi

Jurnal dan Buku

- Akerlof, George A. 1970. "The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism." *The Quarterly Journal of Economics* 84 (3): 488–500.
- Arifin, Z. 2025. "Perlindungan Konsumen Muslim terhadap Produk Halal Non-Sertifikasi di Marketplace Digital." *JSE: Jurnal Sharia Economica* 4 (1): 136.
- Azzahrani, R. F., dan R. Wulansari. 2024. "Protection of Muslim Consumers' Right to Information on Imported Food Without Halal Labeling." *Journal of Private and Commercial Law* 1 (2): 214–237.
- Dinda, D., Siti H., dan Yuliati. 2023. "Juridical Analysis of the Obligation to Apply the Halal Label and Assurance of Information on Marketed Halal Products: A Study of Constitutional Court Decision No. 8/PUU-XVII/2019." *RJOAS: Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences* 10 (142).
- Dwijaya, A. G., dan Hamono. 2025. "Construction of Marketplace Responsibility in Consumer Protection of Digital Halal Products in Indonesia." *Journal of Law Sciences (Legisci)* 3 (1).
- Efendi, S. W. N., dan D. Wahyoeono H. 2024. "Kepastian Hukum Penetapan Sertifikasi Halal di Indonesia Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja." *Journal Evidence of Law* 3 (1): 44–55.
- Fauziah, Z., dan H. Ardiansyah. 2025. "Optimalisasi E-Commerce Syariah dalam Mendukung Digitalisasi UMKM Halal: Tinjauan Literatur." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 9 (2): 14809–14816.
- Freeman, R. Edward. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Humam, N. M., R. Maulana, Fathurohman, dan A. Yaqin. 2025. "Perlindungan

- Konsumen Muslim di Marketplace: Urgensi Transparansi Sertifikat Halal Digital (Studi pada Shopee)." *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics* 8 (2): 102–113.
- Jubaedah, D., M. R. M. Nor, A. Taeali, H. M. Putra, M. A. Jauhari, dan A. F. Aniq. 2023. "Halal Certification in Indonesia: Study of Law Number 6 of 2023 on Job Creation." *Jurisdictie: Jurnal Hukum dan Syariah* 14 (1): 154–184.
- Jusar, R., P. Taher, dan I. Dwivismiar. 2023. "Tanggungjawab Pelaku Usaha dan Marketplace terhadap Pelanggaran Asas Itikad Baik dalam Transaksi E-Commerce." *Sultan Jurisprudence: Jurnal Riset Ilmu Hukum* 3 (1): 62–72.
- Lubis, A. N., A. Ahmad, dan Sahbudi. 2025. "Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen dalam Produk Halal Berdasarkan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Studi pada Lembaga Pembela Konsumen Negeri)." *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum* 12 (2).
- Masri, E., S. Irianto, Y. T. Masriani, dan S. M. S. Falah. 2025. "Halal Product Assurance as Legal Protection for Muslim Consumers in Indonesia." *Al-Ahkam* 35 (1): 205–234.
- Ningsih, L. B., S. Nurhalizah, N. Amelia P., Helmi, dan L. Maghfiroh. 2025. "Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Layanan Halal di Marketplace Online." *Jurnal Media Akademik (JMA)* 3 (12).
- Niza, J. I. A. 2023. "Penerapan Sistem Jaminan Produk Halal sebagai Bentuk Kepastian Hukum Perlindungan Konsumen." *Jurnal Studi Islam Indonesia (JSII)* 1 (1): 141–156.
- Nusran, M., E. N. Nasution, M. A. Prayitno, dan E. Sudarmanto. 2023. "Halal Certification in the Digital Age: Leveraging Online Platforms for Enhanced Transparency and Accessibility." *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen Indonesia (JEAMI)* 2 (1): 105–115.
- Pangaribuan, R. R., dan C. Permata. 2025. "Reconstruction of Consumer Protection Regarding the Provision of Halal Features in the Marketplace from the Perspective of Maqashid Syariah." *Legal Brief* 14 (1): 118–127.
- Radbruch, Gustav. 2006. "Statutory Lawlessness and Supra-Statutory Law." *Oxford Journal of Legal Studies* 26 (1): 1–11.
- Rizkiansyah, M. D., dan B. Santoso. 2025. "Tinjauan Yuridis terhadap Kewajiban Marketplace terkait Peredaran Barang Palsu yang Melanggar Merek Dagang." *JIM: Jurnal Ilmu Multidisiplin* 4 (3).
- Ruslin. 2003. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Pangan Olahan Dihubungkan dengan Sertifikasi dan Labelisasi Halal dalam Rangka Perlindungan Konsumen." *Justice Pro: Jurnal Ilmu Hukum*.
- Syabani, A. H. M., H. Wardatusyafaqoh, dan Rifqi. 2025. "Muslim Consumer Protection in the Era of E-Commerce: A Regulatory and Social Review." *Lentera Peradaban: Journal on Islamic Studies* 1 (3): 188–201.
- Usmi, V., S. H. Nagara, A. Majestica, S. Sukmawati, dan D. P. Lestatika. 2024. "Hak atas Informasi bagi Konsumen terhadap Labelisasi Halal dan Non Halal pada Industri Kuliner." *Indonesian Journal of Law and Justice* 2 (1): 1–9.
- Zahra, N., F. A. Rosyada, A. A. Inayati, dan N. N. Sa'adah. 2024. "Perlindungan Konsumen Muslim terhadap Produk Makanan tanpa Label Halal (Studi Produk Makanan dan Minuman pada UMKM Desa Ketitanglor)." *Jurnal Studi Islam Indonesia (JSII)* 2 (2): 341–358.

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42.
Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.,
Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 295.
Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang.

Biografi Penulis

Alna Aulin Miftakhul Muflikh merupakan mahasiswa Program Studi Strata Satu (S1) Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang dengan konsentrasi Hukum Perdata Dagang. Selama menempuh Pendidikan, penulis memiliki minat pada kajian hukum terkait, perlindungan konsumen, serta dinamika transaksi dan praktik bisnis dalam perkembangan ekonomi modern. Ketertarikan tersebut mendorong penulis untuk mendalami isu-isu yang berkaitan dengan kepastian hukum keperdataan. Dalam proses akademiknya, penulis berupaya mengembangkan kemampuan analisis hukum dan penulisan ilmiah secara sistematis dan kritis bagi penulis, hukum perdata dagang tidak hanya mengatur hubungan kontraktual tetapi juga berperan penting dalam menciptakan iklim usaha yang adil dan berintegritas. Melalui karya ilmiah ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan hukum bisnis yang responsive terhadap kebutuhan masyarakat dan perkembangan zaman.