

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Istilah konsumen berasal dari kata “*consumer*” (Inggris/Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Secara harfiah arti kata *consumer* adalah setiap orang yang menggunakan barang (Rezky & Tadjuddin, 2018). Pada istilah perlindungan konsumen erat kaitannya dengan adanya perlindungan hukum, karena pada dasarnya perlindungan konsumen mencakup dimensi hukum di dalamnya. Konsumen pada umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi (Kristiyanti, 2009). Perlindungan yang dimaksud tidak hanya terbatas pada aspek fisik semata, tetapi juga mencakup perlindungan terhadap hak-hak konsumen yang bersifat nonfisik atau abstrak. Perlindungan konsumen pada hakikatnya merupakan bentuk perlindungan hukum yang diberikan terhadap hak-hak yang dimiliki oleh konsumen (Shidarta, 2004).

Indonesia merupakan populasi muslim terbesar di dunia penetapan status halal telah diintegrasikan ke dalam regulasi nasional yang mengatur peredaran makanan, minuman, obat-obatan, hingga produk kosmetik. Tren belanja daring yang semakin berkembang dengan berbagai kemudahan dan fitur yang ditawarkan menjadikan pentingnya pemahaman mengenai perilaku konsumen dalam berbelanja secara *online*.

Salah satu perubahan paling mencolok terjadi pada sektor kuliner melalui lahirnya layanan pesan-antar makanan berbasis aplikasi, atau *food delivery*. Sistem *delivery order* pada penjualan makanan siap saji banyak diminati oleh para konsumen karena dinilai memiliki banyak keunggulan seperti mulai dari menu makanan yang bisa diakses secara *online* tanpa harus menanyakan terlebih dahulu kepada penjual makanan, konsumen juga dibantu oleh pihak kurir atau *driver* sehingga tidak perlu datang bahkan mengantri untuk memesan makanannya seperti GoFood, yang merupakan bagian dari ekosistem Gojek.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kehalalan suatu produk, sertifikasi halal kini tidak hanya dipandang sebagai pemenuhan kewajiban agama, tetapi juga sebagai bentuk perlindungan terhadap hak-hak konsumen untuk memperoleh kepastian hukum atas produk yang dikonsumsi, upaya untuk menjamin ketersediaan produk halal bagi konsumen dalam negeri menjadi aspek yang sangat krusial.

Sebagai ilustrasi empiris yang relevan dengan penelitian ini, dapat dikemukakan kasus Ayam Widuran di Kota Solo. Dalam kasus ini, Ayam Widuran diketahui telah memiliki Sertifikat Halal yang diterbitkan oleh lembaga berwenang. Sertifikasi tersebut secara normatif memberikan jaminan kepada konsumen bahwa seluruh proses produksi, pengolahan, dan penyajian makanan telah memenuhi ketentuan kehalalan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Namun, dalam praktiknya ditemukan fakta bahwa pelaku usaha tetap menyediakan dan memperdagangkan produk yang tidak halal tanpa adanya

pemisahan yang jelas antara produk halal dan produk non-halal. Kondisi ini menimbulkan persoalan serius ketika produk tersebut dipasarkan melalui layanan aplikasi pengantaran makanan GoFood, yang menampilkan restoran tersebut sebagai *merchant* tanpa keterangan tambahan mengenai adanya produk non-halal. Akibatnya, konsumen Muslim yang melakukan pemesanan melalui aplikasi GoFood berpotensi mengonsumsi produk yang tidak halal, meskipun secara formal restoran tersebut telah bersertifikat halal.

Persoalan tersebut semakin diperkuat oleh informasi yang disampaikan oleh mitra pengemudi (*driver*) setelah proses pengantaran. Dalam komunikasi langsung dengan konsumen, *driver* menyampaikan bahwa Ayam Widuran merupakan produk non-halal karena minyak yang digunakan diduga berasal dari minyak babi, berdasarkan pengalamannya mengantarkan pesanan kepada konsumen Non-Muslim. Informasi tersebut baru diketahui konsumen setelah transaksi dan pengantaran selesai, sehingga konsumen tidak memiliki kesempatan untuk membatalkan pesanan atau melakukan pilihan secara sadar berdasarkan informasi kehalalan produk.

Beberapa hari setelah kejadian tersebut, kasus Ayam Widuran menjadi viral di media sosial. Sejumlah konsumen menyatakan merasa dirugikan, baik secara moral maupun non-materiil, karena telah mengonsumsi produk yang tidak sesuai dengan keyakinan agamanya selama bertahun-tahun. Bentuk keberatan tersebut diwujudkan melalui pelaporan terhadap pelaku usaha kepada pihak kepolisian, serta aksi unjuk rasa atau *demonstration* yang bertujuan menuntut penutupan usaha Ayam Widuran.

Perkembangan kasus ini kemudian sampai kepada Pemerintah Kota Solo, sehingga pemerintah daerah melalui kewenangannya mengambil tindakan administratif berupa penutupan sementara operasional warung Ayam Widuran guna kepentingan pemeriksaan dan penertiban lebih lanjut. Setelah dilakukan klarifikasi dan penyesuaian, usaha tersebut kembali beroperasi dengan mencantumkan keterangan “Non-Halal” secara terbuka kepada konsumen. Meskipun demikian, kontroversi di tengah masyarakat tidak sepenuhnya mereda. Sebagian konsumen tetap menyatakan keberatan dan merasa dirugikan, dengan alasan bahwa selama puluhan tahun usaha tersebut dinilai telah memberikan kesan seolah-olah produk yang dijual adalah halal, sehingga dinilai telah menyesatkan konsumen Muslim. Oleh karena itu, sebagian kelompok masyarakat tetap menyuarakan tuntutan agar warung Ayam Widuran ditutup secara permanen, meskipun saat ini telah mencantumkan keterangan non-halal.

Kasus ini secara nyata menunjukkan bahwa ketidakjelasan dan keterlambatan penyampaian informasi kehalalan produk dapat menimbulkan dampak hukum, sosial, dan kepercayaan publik yang berkepanjangan. Selain itu, kasus Ayam Widuran memperlihatkan adanya kesenjangan antara jaminan kehalalan secara normatif dengan praktik pelaku usaha di lapangan, serta lemahnya mekanisme preventif pada *Platform Digital* seperti GoFood dalam menjamin hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur. Oleh karena itu, kasus ini relevan untuk dianalisis dalam penelitian ini guna mengkaji tanggung jawab hukum pelaku usaha dan penyedia layanan aplikasi GoFood, serta efektivitas pengawasan dan penegakan hukum terhadap jaminan produk

halal dalam transaksi elektronik. Maka hal ini bertujuan agar setiap produk yang dibeli dan dikonsumsi dapat diketahui secara jelas status kehalalan maupun keharamannya. Pemahaman tersebut menjadi semakin penting mengingat Indonesia merupakan negara dengan penduduk mayoritas beragama Islam, sehingga aspek kehalalan produk menjadi hal yang sangat krusial dalam aktivitas konsumsi masyarakat.

Selanjutnya kasus lain yang relevan untuk dianalisis dalam penelitian ini adalah permasalahan yang terjadi pada Bakmi Akau, sebuah usaha kuliner yang beroperasi di wilayah Jakarta dan terdaftar sebagai *merchant* pada layanan aplikasi GoFood. Dalam tampilan aplikasi GoFood, restoran tersebut pada awalnya tidak mencantumkan keterangan “Non-Halal”, sehingga menimbulkan persepsi di kalangan konsumen, khususnya konsumen Muslim, bahwa produk yang dijual merupakan produk halal atau setidaknya aman untuk dikonsumsi. Berdasarkan tampilan tersebut, sejumlah konsumen melakukan transaksi dan pemesanan makanan melalui aplikasi GoFood tanpa adanya keraguan terhadap status kehalalan produk.

Permasalahan kemudian muncul ketika setelah melakukan pemesanan dan transaksi melalui GoFood, beberapa konsumen mengetahui adanya informasi yang beredar di media sosial, khususnya melalui konten TikTok, serta melalui ulasan pada halaman toko Bakmi Akau di GoFood, yang menyatakan bahwa

produk bakmi yang dijual menggunakan bahan non-halal, seperti minyak babi dan topping tertentu. Informasi tersebut baru diketahui konsumen setelah transaksi dilakukan, sehingga konsumen tidak memiliki kesempatan untuk membatalkan pesanan atau mempertimbangkan pilihan lain berdasarkan informasi yang benar dan utuh mengenai status kehalalan produk.

Meskipun informasi mengenai penggunaan bahan non-halal tersebut telah beredar luas di media sosial, kasus ini pada awalnya tidak langsung dilaporkan secara resmi kepada aparat penegak hukum maupun lembaga perlindungan konsumen. Namun, setelah adanya pengaduan dari masyarakat, diketahui bahwa pihak restoran kemudian mulai mencantumkan keterangan “Non-Halal” secara terbuka pada profil *merchant* di aplikasi GoFood. Pencantuman tersebut dilakukan setelah isu tersebut ramai diperbincangkan, bukan sejak awal restoran memasarkan produknya melalui *Platform Digital*.

Walaupun keterangan non-halal telah dicantumkan, keberatan dan rasa dirugikan tetap muncul dari sebagian konsumen. Konsumen mempertanyakan alasan pelaku usaha sebelumnya tidak mencantumkan informasi non-halal secara jelas, sehingga menimbulkan dugaan bahwa pencantuman status halal atau ketiadaan keterangan non-halal pada tahap awal dilakukan untuk menarik konsumen Muslim dan meningkatkan tingkat penjualan. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan serius mengenai itikad baik pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya serta potensi pelanggaran terhadap hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur.

Aplikasi gojek merupakan layanan transportasi *online* yang dioperasikan secara langsung oleh PT Aplikasi Karya Anak Bangsa. PT Aplikasi Karya Anak Bangsa adalah perusahaan teknologi, dengan tujuan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan dan penghasilan karyawan di berbagai sektor informal Indonesia. Kecepatan, inovasi, dan dampak sosial adalah tiga prinsip utama Gojek. Go Food adalah salah satu layanan yang paling populer di Gojek. Layanan ini memungkinkan *driver* mengantarkan makanan kepada pelanggan dan merupakan salah satu fitur yang paling disukai masyarakat. Ini karena Gojek telah bekerja sama dengan tempat makan di 71 kota di Indonesia. Layanan Go Food menawarkan banyak pilihan makanan dan memungkinkan pemesanan yang cepat dan efisien (Wijaya & Andika, 2016).

Platform aplikasi pengantaran makanan seperti GoFood menjadi salah satu manifestasi nyata dari ekonomi *digital* yang memfasilitasi transaksi konsumsi sehari-hari secara cepat dan mudah di berbagai kota di Indonesia. Namun, kemudahan tersebut juga memunculkan tantangan baru, terutama terkait dengan ketersediaan informasi produk yang akurat dan jaminan hukum terhadap produk yang dikonsumsi melalui *Platform Digital*.

Pada aplikasi gojek menunjukkan masalah yang muncul terhadap berbagai *Platform Digital* yang populer di Indonesia, terutama dalam hal produk makanan dan minuman. Melihat masalah tersebut ditemukan bahwa tidak semua resto atau pelaku UMKM mencantumkan informasi terkait kehalalan produknya. Hal ini menunjukkan bahwa adanya ketidaklengkapan dalam penyajian informasi produk kepada konsumen,

Hal ini menunjukkan bahwa GoFood terdapat kewajiban administratif yang tegas dalam mengatur informasi terkait komposisi, kandungan gizi, serta label halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), dengan ini mengakibatkan informasi yang seharusnya menjadi hak konsumen tentang kepastian kehalalan suatu produk menjadi terabaikan dalam proses transaksi elektornik. Kondisi yang berbeda dengan transaksi secara luring (*offline*), yang di mana konsumen dapat langsung melihat label halal pada kemasan produk yang dikeluarkan oleh BPJPH, atau dapat berinteraksi langsung dengan penjual untuk memastikan kehalalan dan keamanan produk yang akan dikonsumsi.

Mengenai memastikan produk yang diproduksi oleh UMKM halal, Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan kebijakan yang mengharuskan produk tersebut disertifikasi halal. Namun, kebijakan tersebut dapat memberatkan para produsen UMKM, sehingga diperlukan peninjauan ulang, yang pada gilirannya akan berdampak pada laju pertumbuhan UMKM. Karena biaya yang besar, proses kebijakan tersebut sulit. Lain halnya dengan bisnis besar yang memiliki kemampuan untuk menerapkan kebijakan sertifikasi halal, terutama restoran cepat saji. Meskipun logo halal digunakan untuk meyakinkan masyarakat muslim, hal itu tidak berarti mereka tidak diawasi oleh Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), yang bertanggung jawab untuk memberikan perlindungan khusus terhadap konsenshalal (Ruslang, 2025).

Tujuan pada penyelenggaraan JPH tercantum dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 untuk memberikan kenyamanan, keamanan,

keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat. Produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam dan tidak mengandung bahan haram seperti babi, alkohol, atau bahan yang dilarang lainnya. Pemerintah telah memberikkan solusi tersebut dengan melalui perangkat hukum yang relatif lengkap, mulai dari Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH), yang selanjutnya tercantum dalam Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, hingga peraturan pelaksana lainnya yang menata proses sertifikasi, lembaga pemeriksa, dan BPJPH. Implementasi aturan tersebut menegaskan bahwa produk yang beredar di wilayah Indonesia, terutama untuk konsumen yang memastikan kehalalannya terlebih dahulu sebelum membeli suatu produk, hal ini dapat mempengaruhi menurunnya tingkat kepercayaan karena ketidakjelasan terkait kehalalan tersebut. Maka dapat berpotensi menimbulkan pelanggaran hukum jika dikaitkan dengan hak-hak yang seharusnya didapatkan oleh konsumen.

Pada dasarnya pihak konsumen sebagai pemakai akhir dari sebuah produk tidak tahu menahu proses pembuatan makanan di restoran yang dipesan pada aplikasi Gofood sehingga secara *real* posisi konsumen seolah-olah hanya menerima dan tidak tahu bagaimana barang-barang tersebut diproduksi. Maka dapat diartikan konsumen tidak dapat melakukan klarifikasi terhadap proses produksi barang tersebut, padahal seandainya terjadi sesuatu akibat negatif

yang terkait dengan yang dimakan, konsumenlah yang pertama kali menerima risikonya (Indradewi, 2020).

Jaminan hak-hak kehalalan harus sesuai dengan ketentuan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). UUPK bertujuan untuk mengamankan hak-hak dasar konsumen dengan antara lain hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan serta hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa. Bila dikaitkan dengan jaminan produk halal, kewajiban penyedia informasi menjadi sangat penting, konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar mengenai kehalalan produk sehingga dapat membuat keputusan pembelian yang tepat (Fikri, 2016).

Meskipun berbagai instrumen hukum mengenai jaminan produk halal dan perlindungan konsumen telah disusun secara sistematis oleh pemerintah, realitas pelaksanaannya di lapangan masih menunjukkan adanya berbagai permasalahan yang kompleks. Dalam praktiknya, penerapan ketentuan hukum tersebut sering kali menghadapi kendala baik dari segi penegakan, pengawasan, maupun tingkat kesadaran pelaku usaha terhadap kewajiban hukum yang berlaku.

Pada konteks ini, konsep perlindungan konsumen menjadi sangat penting sebagai fondasi hukum yang berfungsi memberikan jaminan atas hak-hak konsumen. Istilah perlindungan konsumen pada dasarnya menggambarkan keseluruhan upaya yang dilakukan oleh negara, lembaga, maupun masyarakat

untuk memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen dari segala bentuk kerugian yang mungkin timbul akibat kegiatan usaha (Zulham, 2016).

Konsumen dapat menggugat pihak yang menimbulkan kerugian saat membeli barang atau jasa sesuai dengan hukum yang berlaku di Indonesia. Bisa berarti siapa pun yang membuat atau tidak melakukan sesuatu yang merugikan atau bahkan membunuh konsumen, termasuk produsen, pabrik, pedagang besar, pedagang eceran, atau penjual yang memasarkan produk (Shofie, 2009).

Situasi ini yang menunjukkan masih banyaknya konsumen yang mengalami kerugian dengan terjadi perselisihan konsumen, yaitu perselisihan antara pelaku usaha dan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerugian kesehatan akibat mengkonsumsi makanan tersebut (Ridwan, 2006). Oleh karena itu, perlindungan kesehatan manusia dengan cara yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, tentu dengan mudah diterima oleh masyarakat, namun diperlukan pula suatu tindakan perlindungan kesehatan (rohani) yang walaupun secara ilmiah sulit bahkan mungkin tidak dapat dibuktikan, akan tetapi sangat besar pengaruhnya terhadap kesehatan (rohani) atau ketenteraman batin konsumen (Hamid, 2017). Maka konsumen menuntut adanya peningkatan upaya perlindungan agar hak-hak konsumen dapat terpenuhi dan dijamin secara optimal. Perlindungan hukum terhadap konsumen memiliki peranan penting dalam menciptakan keseimbangan hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan penerapan prinsip-prinsip perlindungan hukum yang dapat dijadikan pedoman dalam

mewujudkan jaminan kepastian hukum serta perlindungan yang efektif bagi konsumen (Miru, 2011).

Berdasarkan uraian kasus ayam widuran, tampak nyata bahwa terdapat kesenjangan antara kondisi empiris dalam praktik penyajian informasi produk pada layanan aplikasi GoFood (*Das sein*) dengan ketentuan normatif yang diatur dalam UUPK, UUJPH, serta regulasi sektoral terkait kewajiban pelabelan halal (*das sollen*). Kesenjangan ini terlihat dari masih belum optimalnya penyampaian informasi kehalalan produk kepada konsumen, sehingga hak konsumen untuk memperoleh kepastian, keamanan, dan kejelasan atas status halal suatu produk belum sepenuhnya terlindungi sebagaimana yang diperintahkan oleh peraturan perundang-undangan. Dengan demikian, instrumen pengawasan dan mekanisme penegakan hukum perlu diperkuat agar tujuan perlindungan konsumen, khususnya terkait jaminan produk halal pada *Platform Digital*, dapat terwujud secara efektif.

B. Identifikasi Masalah

1. Bagaimana pengaturan hukum mengenai jaminan produk halal pada aplikasi GoFood dalam perspektif hukum perlindungan konsumen di Indonesia?
2. Bagaimana tanggung jawab hukum penyedia layanan aplikasi GoFood terhadap penyajian informasi produk yang tidak bersertifikat halal?
3. Bagaimana bentuk pengawasan pelanggaran jaminan produk halal pada layanan aplikasi GoFood?

C. Tujuan Penelitian

Menurut hasil dari identifikasi masalah di atas, tujuan penelitian dapat dirumuskan menjadi sebagai berikut :

- a. Untuk mengkaji dan menganalisis pengaturan hukum mengenai jaminan produk halal dalam perspektif hukum perlindungan konsumen di Indonesia.
- b. Untuk menganalisis tanggung jawab hukum penyedia layanan aplikasi GoFood terhadap penyajian informasi produk yang tidak bersertifikat halal.
- c. Untuk menelaah bentuk pengawasan dan penegakan hukum terhadap pelanggaran jaminan produk halal pada layanan aplikasi GoFood.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis bagi pengembangan sistem hukum perlindungan konsumen yang ada di Indonesia agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi *digital*. Di sisi akademik, penelitian ini memperkaya kajian mengenai penerapan hukum perlindungan konsumen dalam konteks jaminan produk halal pada layanan aplikasi GoFood.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Pemerintah dan Penegak Hukum

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pembuat kebijakan dalam menyusun regulasi mengenai perlindungan konsumen pada *Platform Digital*.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini bagi masyarakat memberikan manfaat sebuah pemahaman yang lebih terhadap pentingnya memahami hak-hak mereka dalam transaksi berbasis *digital*, khususnya terkait jaminan produk halal. Dengan adanya pemahaman yang lebih baik mengenai hak atas informasi, keamanan, dan kepastian hukum dalam konsumsi produk melalui layanan daring, masyarakat diharapkan dapat menjadi konsumen yang cerdas, dan berdaya.

E. Kerangka Pemikiran

Dalam sistem hukum nasional, Pancasila memiliki kedudukan sebagai sumber dari segala sumber hukum yang menjadi landasan filosofis bagi pembentukan dan penerapan hukum di Indonesia. Sebagai negara hukum (*rechtstaat*), Indonesia menegaskan dalam Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 “Negara Indonesia adalah negara hukum”. Ketentuan ini tidak hanya menjadi kewajiban formal pemerintah dan lembaga negara untuk bertindak sesuai hukum, melainkan juga menuntut adanya nilai keadilan, kepastian, dan keseimbangan dalam praktek hukum serta penyusunan regulasi. Bahwa segala tindakan pemerintah dan lembaga hukum harus didasarkan pada hukum yang

menjamin nilai keadilan, kemanfaatan, serta kepastian hukum bagi seluruh warga negara.

Tercantum dalam Pancasila sila ke 5 “Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia” Menurut Hadi, 2016 sila kelima ini memuat makna nilai kesamaan derajat maupun kewajiban dan hak, kewajiban dan hak yang dimiliki oleh manusia akan sesuai dengan porsinya masing-masing, selain itu masyarakat diberikan kebebasan mengutarakan pendapatnya. Rasa hormat menghormati antar manusia, keberanian membela kebenaran dan keadilan dengan tetap pada perlindungan hukum, toleransi dan gotong royong, yang hakekatnya manusia sebagai makhluk yang berbudaya dan beradab serta harus adil.

Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa "Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen". Undang-undang ini, bersama dengan Undang-Undang lainnya yang juga dimaksudkan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, telah menetapkan ukuran kepastian hukum secara kualitatif. Dalam konteks penelitian ini, prinsip tersebut menjadi dasar dalam melihat bagaimana negara melalui perangkat hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen, khususnya dalam hal kepastian dan kejelasan jaminan produk halal pada layanan aplikasi *digital* seperti GoFood.

Hukum tidak hanya berfungsi sebagai perangkat normatif, tetapi juga sebagai instrumen sosial yang bertujuan melindungi masyarakat dari potensi kerugian dan ketidakadilan. Oleh karena itu, teori-teori hukum yang digunakan dalam penelitian ini berfungsi memberikan arah konseptual dalam menganalisis persoalan hukum perlindungan konsumen atas jaminan produk halal.

Dalam penelitian mengenai perlindungan konsumen terhadap jaminan produk halal pada layanan aplikasi GoFood, teori hukum memegang peranan penting sebagai dasar analisis terhadap norma dan praktik penyelenggaraan perlindungan konsumen. Menurut Gustav Radbruch, tujuan hukum harus mencakup tiga nilai dasar, yaitu keadilan (*gerechtigkeit*), kemanfaatan (*zweckmäßigkeit*), dan kepastian hukum (*rechtssicherheit*) (Rahardjo, 2014). Ketiga unsur tersebut tidak dapat dipisahkan, karena masing-masing menjadi ukuran normatif yang saling melengkapi dalam menentukan bagaimana hukum dijalankan dalam masyarakat. Beberapa teori hukum digunakan secara terpadu, yaitu Teori Kepastian Hukum, Teori Pertanggungjawaban Hukum, dan Teori Penegakan Hukum. Ketiga teori tersebut saling berkaitan dalam memberikan landasan normatif dan empiris mengenai bagaimana hak konsumen atas informasi yang benar dan jaminan produk halal seharusnya dijamin oleh negara dan pelaku usaha.

Teori Kepastian Hukum, pengaturan kepastian hukum pada hakikatnya bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada kepentingan

manusia agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum (Ridwan, 2006). Dalam teori hukum ini perlindungan hukum terdiri dari dua bentuk, yaitu perlindungan hukum preventif merupakan pencegahan terjadinya pelanggaran dan represif merupakan menyelesaikan pelanggaran yang sudah terjadi (Philipus M., 2011).

Dalam penelitian ini, teori ini digunakan untuk menilai sejauh mana perangkat hukum yang tercantum dalam UUPK No 8 Tahun 1999 dan UUJPH Nomor 33 Tahun 2014, yang telah memberikan perlindungan nyata bagi konsumen terhadap kejelasan status kehalalan produk yang ditawarkan melalui aplikasi GoFood. Selanjutnya teori keadilan terdapat dalam subjek hukum yang melakukan perbuatan hukum harus siap menanggung akibat dari perbuatannya apabila melanggar norma hukum yang berlaku (Soekanto, 2002). Pertanggungjawaban Hukum untuk keadilan menurut Hans Kelsen memberikan penjelasan bahwa setiap pelanggaran terhadap norma hukum harus diikuti dengan sanksi yang jelas. Prinsip ini relevan ketika pelaku usaha baik *merchant* maupun penyedia *Platform* tidak menjalankan kewajiban memberikan informasi produk yang benar, termasuk terkait status kehalalan. Selain itu, Teori kemanfaatan untuk menekankan bahwa efektivitas manfaat terhadap perlindungan konsumen sangat bergantung pada peran lembaga, aparat, serta kesadaran hukum masyarakat dan pelaku usaha (Soekanto, 2002). Ketiga teori ini membentuk landasan yang menyeluruh untuk memahami tanggung jawab hukum dan efektivitas

implementasi jaminan produk halal.

Keterkaitan Teori Hukum dengan Asas Perlindungan Konsumen dalam UUPK. Ketiga teori hukum tersebut kemudian selaras dengan asas-asas dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen,

a. Asas Manfaat

Mengandung makna bahwa setiap langkah dan kebijakan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus berorientasi pada tercapainya manfaat yang sebesar-besarnya bagi seluruh pihak yang terlibat, baik konsumen maupun pelaku usaha. Tujuan utama dari asas ini adalah memastikan bahwa keberadaan peraturan dan mekanisme perlindungan konsumen tidak hanya melindungi kepentingan satu pihak saja, melainkan menciptakan situasi yang saling menguntungkan dan mendorong terwujudnya kegiatan usaha yang sehat, bertanggung jawab, serta memberikan nilai tambah bagi masyarakat secara umum.

b. Asas Keadilan

Menegaskan bahwa dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, setiap individu baik konsumen maupun pelaku usaha harus mendapatkan hak dan kewajibannya secara proporsional. Asas ini juga menuntut adanya kesetaraan dalam akses terhadap perlindungan hukum dan keadilan sosial, sehingga tidak terjadi dominasi dari salah satu pihak. Dengan demikian, perlindungan konsumen diharapkan mampu mencerminkan keadilan substantif, di mana setiap pihak diberi ruang

untuk berpartisipasi dan memperoleh hak-haknya sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

c. Asas Keseimbangan

Memiliki makna bahwa perlindungan konsumen harus mampu menciptakan keharmonisan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah. Keseimbangan ini tidak hanya bersifat material, seperti keuntungan

ekonomi, tetapi juga bersifat moral dan spiritual, terutama dalam konteks konsumen Muslim yang memerlukan jaminan produk halal. Melalui asas ini, diharapkan tercapai hubungan yang proporsional dan saling mendukung antara semua pihak dalam rangka mewujudkan kegiatan usaha yang etis, adil, dan berlandaskan nilai kemaslahatan bersama

d. Asas Keamanan dan Keselamatan

Menekankan pentingnya jaminan terhadap keamanan dan keselamatan konsumen dalam mengonsumsi atau memanfaatkan barang dan/atau jasa. Dalam konteks produk pangan, termasuk yang diperoleh melalui *Platform Digital* seperti GoFood, asas ini menuntut agar pelaku usaha memastikan produk yang diperdagangkan tidak membahayakan kesehatan maupun keyakinan konsumen, khususnya bagi konsumen Muslim yang wajib terhindar dari bahan-bahan yang diharamkan. Adanya asas ini, negara dan pelaku usaha memiliki tanggung jawab moral dan hukum untuk menjamin setiap produk yang dikonsumsi

masyarakat aman, sehat, dan sesuai dengan norma yang berlaku.

e. Asas Kepastian Hukum

Bermakna bahwa setiap pelaku usaha dan konsumen harus tunduk dan patuh pada ketentuan hukum yang berlaku, serta memperoleh perlindungan yang jelas dan adil dalam pelaksanaannya. Negara melalui perangkat hukumnya wajib menjamin bahwa peraturan mengenai perlindungan konsumen dapat diterapkan secara efektif dan konsisten, sehingga tidak menimbulkan ketidakpastian dalam praktik. Dalam konteks layanan GoFood, asas ini berarti setiap informasi mengenai produk, termasuk status kehalalannya, harus disampaikan dengan transparan agar konsumen dapat melakukan pilihan secara sadar berdasarkan kepastian hukum yang terjamin.

Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat (Nasution, 2001). Adapun prinsip-prinsip yang relevan dan digunakan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

- a. Prinsip tanggung jawab mutlak atau *Strict Liability* digunakan untuk menegaskan bahwa pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas kerugian konsumen tanpa perlu pembuktian unsur kesalahan. Dalam konteks layanan GoFood, prinsip ini bermakna bahwa penyedia *Platform* tetap memikul tanggung jawab hukum atas kerugian konsumen yang timbul akibat ketidakakuratan informasi produk,

termasuk status halal, meskipun kesalahan tersebut berasal dari mitra usaha. Penerapan prinsip ini sejalan dengan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mewajibkan pelaku usaha memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen. Maka, prinsip *Strict Liability* memperkuat perlindungan hak konsumen di era *digital* dan memastikan pelaku usaha bersikap hati-hati serta transparan dalam memberikan informasi produk.

- b. Prinsip tanggung jawab berdasarkan Unsur Kesalahan atau *fault liability* pada dasarnya menegaskan bahwa seseorang hanya dapat dimintai pertanggungjawaban secara hukum apabila terbukti adanya kesalahan yang dilakukannya. Prinsip ini tercermin dalam ketentuan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang secara umum dikenal sebagai dasar hukum mengenai perbuatan melawan hukum.

Integrasi antara prinsip tanggung jawab mutlak atau *Strict Liability* dan prinsip tanggung jawab berdasarkan Unsur Kesalahan atau *fault liability* digunakan untuk memberikan analisis hukum yang lebih komprehensif terhadap perlindungan konsumen dalam layanan *digital* GoFood. Prinsip *Strict Liability* menegaskan adanya tanggung jawab mutlak pelaku usaha atas kerugian konsumen tanpa perlu pembuktian unsur kesalahan, sedangkan prinsip *fault liability* berfungsi untuk menilai adanya kesalahan sebagai dasar pertanggungjawaban hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum

Perdata. Keduanya saling melengkapi dalam menciptakan keseimbangan antara kepastian hukum, kemanfaatan, dan keadilan, sehingga perlindungan konsumen terhadap jaminan produk halal dapat diterapkan secara efektif dan berkeadilan di era ekonomi *digital*.

Terhadap norma hukum berfungsi sebagai aturan konkret yang mengikat dan memberikan pedoman perilaku bagi subjek hukum, baik bagi pelaku usaha maupun konsumen, agar tercipta keteraturan, keadilan, dan kepastian hukum dalam aktivitas ekonomi *digital*. Norma dalam Peraturan Perundangan-Undang.

Dalam penelitian ini, norma hukum menjadi instrumen penting untuk menilai sejauh mana penyelenggaraan layanan aplikasi GoFood telah memenuhi kewajiban hukum dalam memberikan informasi produk yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan, khususnya terkait status kehalalan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Norma hukum juga digunakan untuk menilai sejauh mana ketentuan perundang-undangan telah memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen dalam menjamin hak atas produk halal, serta mengatur tanggung jawab hukum penyedia layanan aplikasi apabila terjadi pelanggaran terhadap kewajiban tersebut. Diantaranya adalah :

- a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

- 1) Pasal 1 ayat 1

”Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin

adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Makna ini menegaskan bahwa negara berkewajiban menciptakan sistem hukum yang memberikan rasa aman dan adil dalam setiap kegiatan konsumsi barang maupun jasa, termasuk di sektor *digital*.

2) Pasal 1 ayat 2

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Makna ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum diberikan kepada pengguna akhir yang memiliki posisi lemah dalam transaksi, sehingga membutuhkan jaminan hukum terhadap keamanan, keselamatan, dan kebenaran informasi produk.

3) Pasal 4

1. Hak atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapat advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan dan dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Makna ini menegaskan hak-hak konsumen, termasuk hak 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 ditawarkan, menjadi sangat penting dalam konteks layanan *digital* seperti GoFood, karena hak atas informasi mencakup pula keterangan mengenai status kehalalan produk yang dikonsumsi oleh masyarakat muslim.

- 4) Pasal 7
 - a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
 - b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai

- kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
 - d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
 - e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
 - f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
 - g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Makna ini berarti pelaku usaha, termasuk penyedia layanan aplikasi seperti GoFood dan *merchant* yang terdaftar di dalamnya, wajib memastikan bahwa setiap produk yang ditawarkan kepada konsumen disertai informasi yang akurat, termasuk pernyataan mengenai sertifikasi halal apabila produk tersebut diklaim halal.

5) Pasal 8 ayat 1

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :

- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;

- h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
- i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;
- j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Makna ini berfungsi untuk melindungi konsumen dari potensi penyesatan atau manipulasi informasi, termasuk dalam hal label halal pada produk makanan dan minuman yang dijual secara daring.

b. Undang - Undang Nomor 33 Tahun 2014 Jaminan Produk Halal

1) Pasal 4

“Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal”.

Maknanya bahwa pengaturan mengenai sertifikasi dan pelabelan halal memiliki sifat normatif yang bersifat mandatory (wajib sebagai bentuk kepastian hukum bagi

konsumen, khususnya konsumen Muslim.

2) Pasal 25

Pelaku Usaha yang telah memperoleh Sertifikat Halal wajib:

- a. mencantumkan Label Halal terhadap Produk yang telah mendapat Sertifikat Halal;
- b. menjaga kehalalan Produk yang telah memperoleh Sertifikat Halal;
- c. memisahkan lokasi, tempat dan penyembelihan, alat pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian antara Produk Halal dan tidak halal;
- d. memperbarui Sertifikat Halal jika masa berlaku Sertifikat Halal berakhir;
- e. melaporkan perubahan komposisi Bahan kepada BPJPH

Ketentuan tersebut mewajibkan pelaku usaha untuk mencantumkan Label Halal pada produk bersertifikat, menjaga kehalalan proses produksi, serta memisahkan seluruh sarana dan kegiatan antara produk halal dan non-halal. Pelaku usaha juga harus memperbarui Sertifikat Halal ketika masa berlakunya habis dan melaporkan setiap perubahan bahan kepada BPJPH. Keseluruhan kewajiban ini bertujuan memastikan produk tetap halal secara konsisten dan terverifikasi.

c. Peraturan Menteri Agama Nomor 26 Tahun 2019

1) Pasal 138

“Pelaku Usaha wajib mencantumkan Label Halal pada Produk yang telah mendapat Sertifikat Halal”.

Makna dari pencantuman label ini, konsumen dapat dengan mudah mengetahui status kehalalan produk, sehingga memberikan kepastian dan perlindungan bagi masyarakat dalam memilih barang yang sesuai dengan prinsip halal.

2) Pasal 142 ayat 1

“Pelaku Usaha yang memproduksi Produk dari Bahan yang berasal dari Bahan yang diharamkan, wajib mencantumkan Keterangan Tidak Halal”.

Makna ini dimaksudkan bahwa pelaku usaha yang menggunakan bahan yang diharamkan dalam produknya wajib memberikan keterangan “Tidak Halal” pada produk tersebut, agar konsumen mengetahui dengan jelas status kehalalannya dan dapat membuat pilihan secara sadar.

3) Pasal 143

“Produk yang berasal dari Bahan yang diharamkan selain yang berasal dari dan/atau mengandung babi harus mencantumkan Keterangan Tidak Halal berupa tulisan nama Bahan dengan warna yang berbeda pada komposisi Bahan”.

Makna yang diambil untuk konsumen dengan mudah mengidentifikasi unsur non-halal dalam produk.

b. Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021

1) Pasal 92 ayat 1

“Pelaku Usaha yang memproduksi produk yang berasal dari Bahan yang diharamkan, wajib mencantumkan keterangan tidak halal”.

Makna mencantumkan keterangan tersebut, pelaku usaha bertanggung jawab untuk menghindarkan konsumen dari informasi yang menyesatkan serta memastikan bahwa setiap orang dapat mengetahui status kehalalan suatu produk sebelum mengonsumsinya.

2) Pasal 93

“Produk yang berasal dari Bahan yang diharamkan wajib mencantumkan keterangan tidak halal berupa gambar, tulisan, dan/atau nama Bahan dengan warna yang berbeda pada komposisi Bahan”.

Makna ini bertujuan agar konsumen mudah melihat dan mengenali bahwa produk tersebut bukan produk halal.

F. Metode Penelitian

1. Spesifikasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian deskriptif analitis, penelitian yang merupakan dilakukan dengan cara mempelajari bahan-bahan yang sudah ada atau data sekunder, terutama berupa dasar hukum mengenai undang-undang

perlindungan konsumen serta jaminan produk halal. Peneliti juga menggunakan metode penelitian hukum normatif, yang berarti penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis masalah yang diteliti dari segi peraturan perundang-undangan yang berlaku atau melalui pemahaman terhadap bahan Pustaka (Marzuki, 2010).

2. Metode Pendekatan

Pendekatan yuridis normatif digunakan dalam penelitian ini dengan menelusuri bahan pustaka berupa peraturan perundang-undangan dan literatur terkait sebagai dasar analisis. Penelitian bertumpu pada konsep informasi dan pengetahuan untuk menelaah sejauh mana kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi kehalalan produk dipenuhi, khususnya pada layanan aplikasi GoFood. Data yang digunakan berasal dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier, sehingga analisis dapat menggambarkan kesesuaian antara norma hukum mengenai jaminan produk halal dan praktik penyajian informasi produk pada *Platform Digital*.

3. Tahapan Penelitian

Penelitian Sekunder Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan menitikberatkan pada data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan (*library research*).

- 1) Bahan Hukum Primer, meliputi peraturan perundang-undangan seperti:

- a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
 - b) Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal;
 - c) Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal;
- 2) Bahan Hukum Sekunder, berupa literatur, buku, jurnal, artikel ilmiah, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan.
 - 3) Bahan Hukum Tersier, seperti kamus hukum, ensiklopedia, serta sumber lain yang menunjang pemahaman terhadap bahan hukum primer dan sekunder.
4. Teknik Pengumpulan Data
- Studi Kepustakaan (Library Research) dengan mengumpulkan dan menelaah bahan hukum primer, sekunder, tersier.
5. Alat Pengumpulan Data
- Lembar pencatatan dokumen dan regulasi.
6. Analisis Data
- Data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan menguraikan dan menafsirkan data secara naratif dalam bentuk kalimat yang tersusun secara sistematis, logis, dan runtut. Metode ini digunakan untuk memahami dan menjelaskan ketentuan hukum yang mengatur perlindungan konsumen serta jaminan produk halal,

khususnya dalam penyajian informasi produk pada layanan aplikasi GoFood. Melalui pendekatan ini, analisis diarahkan untuk menilai kesesuaian antara norma hukum yang berlaku dengan praktik pelaksanaannya, sehingga hasil penelitian dapat disajikan secara jelas, terstruktur, dan mudah dipahami.

7. Lokasi Penelitian

- a. Perpustakaan Saleh Adiwinata, beralamat di kampus I Universitas Pasundan di Jalan Lengkong Dalam No.17, Cikawao, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40251.
- b. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat (Dispusipda Jabar), beralamat di Jl. Kawalayaan Indah II No. 4, Jatisari, Kec. Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat 40286.