



## PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP PRODUK MAKANAN UMKM TANPA LABEL HALAL DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 33 TAHUN 2014 TENTANG JAMINAN PRODUK HALAL (STUDI KASUS UMKM PADA PLATFORM TIKTOK)

Amanda Hernika Puri<sup>1</sup>, Dian Utari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Pelita Bangsa

\*Penulis Korespondensi: [amandapuri77@gmail.com](mailto:amandapuri77@gmail.com)

**Abstract.** *The development of the TikTok platform as a marketing tool for UMKM food products has given rise to legal issues related to the distribution of products without halal labels. This situation has the potential to harm consumers, particularly Muslim consumers, because they do not receive clear information regarding the product's halal status. This study aims to determine the legal protection for consumers of UMKM food products without halal labels, as reviewed under Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and Law Number 33 of 2014 concerning Halal Product Assurance. The research method used is a normative juridical method with a statutory and conceptual approach. The data used is secondary data obtained from primary, secondary, and tertiary legal materials through literature review, then analyzed descriptively and qualitatively. The results show that legal protection for consumers of UMKM food products without halal labels is provided through preventive and repressive protection. Preventive protection is provided through the obligation of business actors to provide accurate and clear information regarding the product's halal status, while repressive protection is provided through the imposition of sanctions and dispute resolution in the event of a violation of consumer rights. In practice on the TikTok Shop platform, UMKM are still found marketing products with halal claims without certification and with incomplete product information. This situation is influenced by poor legal understanding, limited funding, and weak digital trade oversight. Therefore, government oversight and increased awareness of halal certification obligations among UMKM are necessary.*

**Keywords:** *Consumer Legal Protection, Halal Label, UMKM, TikTok*

**Abstrak.** Perkembangan platform TikTok sebagai sarana pemasaran produk makanan UMKM menimbulkan permasalahan hukum terkait peredaran produk tanpa label halal. Kondisi ini berpotensi merugikan konsumen, khususnya konsumen muslim, karena tidak memperoleh informasi yang jelas mengenai kehalalan produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen atas produk makanan UMKM tanpa label halal ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Metode penelitian yang digunakan adalah metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier melalui studi kepustakaan, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen produk makanan UMKM tanpa label halal dilakukan melalui perlindungan preventif dan represif. Perlindungan preventif dilakukan melalui kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar dan jelas terkait status kehalalan produk, sedangkan perlindungan represif dilakukan melalui pemberian sanksi dan penyelesaian sengketa apabila terjadi pelanggaran hak konsumen. Dalam praktik pada platform TikTok Shop, masih ditemukan pelaku UMKM yang memasarkan produk dengan klaim halal tanpa sertifikasi dan informasi produk yang tidak lengkap. Kondisi ini dipengaruhi oleh rendahnya pemahaman hukum, keterbatasan biaya, serta lemahnya pengawasan perdagangan digital, sehingga diperlukan pengawasan pemerintah dan peningkatan kesadaran pelaku UMKM terhadap kewajiban sertifikasi halal.

**Kata kunci:** Perlindungan Hukum Konsumen, Label Halal, UMKM, TikTok

*Naskah Masuk: 09 Juni 2026; Revisi: 10 Juni 2026; Diterima: 11 Juni 2026; ; Terbit: 12 Juni 2026.*

## 1. LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi yang sudah berkembang saat ini, perkembangan dunia perdagangan dan perlindungan konsumen juga turut berkembang dan menjadikan dunia perdagangan sangat pesat, perlindungan konsumen pada era perdagangan menjadi sangat penting karena adanya kelemahan pada konsumen sehingga konsumen tidak memiliki kedudukan “aman” terhadap pembelian produk pangan yang didistribusikan oleh pelaku UMKM karena kurang jelasnya deskripsi pada produk yang dijabarkan serta kurangnya pengetahuan pelaku UMKM dalam mendistribusikan produk pangannya.<sup>1</sup> Mengingat semakin pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menjadi roda penggerak produktivitas dan efisiensi para produsen dalam menghasilkan barang atau jasa serta mencapai tujuan usahanya, maka dipandang bahwa perlindungan konsumen menjadi semakin penting baik secara material maupun formal, untuk mencapai dan mempertahankan kedua hal ini, konsumen akan sering merasakan dampaknya, baik langsung maupun tidak langsung.<sup>2</sup>

Berkembangnya dunia perdagangan lahirilah istilah UMKM yaitu usaha mikro kecil dan menengah yang dilakukan oleh individu, kelompok ataupun rumah tangga. Keberadaan UMKM di Indonesia sebagai fondasi utama dalam sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan dan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi<sup>3</sup>. Sebagai pelaku usaha UMKM yang mengedarkan atau mendistribusikan produknya terutama produk pangan harus memiliki sertifikasi label halal untuk menjamin bahwa produk tersebut aman untuk diedarkan kepada konsumen dan tidak menimbulkan keraguan terhadap konsumen<sup>4</sup>. Sertifikasi label halal sudah diatur dalam undang – undang nomor 33 tahun 2014 pasal 4 yaitu menjamin ketersediaan Produk Halal, ditetapkan bahan produk yang dinyatakan halal, baik bahan yang berasal dari bahan baku hewan, tumbuhan, mikroba, maupun

---

<sup>1</sup> Agung, I., & Santi, M. (2025). Sertifikasi Halal dan Tantangannya bagi UMKM Kuliner. *EKSAR: Jurnal Ekonomi Syaria'ah & Bisnis Islam*, 12(1), 166-177. Hlm. 172.

<sup>2</sup> Kristiyanti, C. T. S. (2022). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika. hlm 5-6

<sup>3</sup> Gobal, R., & Allo, Y. T. (2024). Peran usaha mikro kecil menengah (umkm) dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. *Bulletin of Community Engagement*, 4(2), 233-238. Hlm. 236.

<sup>4</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2020), hlm. 1

bahan yang dihasilkan melalui proses kimiawi, proses biologi, atau proses rekayasa genetik. Sehingga produk yang akan diedarkan kepada konsumen tidak akan menimbulkan bahaya bagi konsumen yang mengonsumsi makanan yang diproduksi oleh UMKM<sup>5</sup>.

Kesadaran produsen UMKM yang memproduksi produk pangan terhadap peraturan perundangan label halal masih sangat rendah apabila produsen UMKM yang tidak mematuhi peraturan hukum tentang sertifikasi halal untuk produk makanan yang mereka produksi, hal ini akan berdampak negatif pada hak konsumen. Konsumen dapat dirugikan jika mereka mengonsumsi makanan yang tidak memenuhi standar keamanan dan kualitas pangan<sup>6</sup>. Dampak buruk ini dapat mencakup masalah kesehatan, kerugian finansial, atau hilangnya kepercayaan konsumen terhadap produsen UMKM dan pemerintah. Peran pemerintah terkait permasalahan produk pangan yang diproduksi oleh pelaku UMKM sangat penting, pemerintah harus memberikan dukungan dan fasilitas yang mudah untuk pelaku UMKM dalam memperoleh sertifikasi label halal pada produk makanan yang diproduksi oleh para pelaku usaha.<sup>7</sup>

Secara umum jika ditemukan produk pangan yang diproduksi oleh pelaku UMKM yang tidak bersertifikasi halal atau tidak memenuhi standar, pemerintah harus mengambil tindakan seperti menarik produk yang sudah diedarkan di pasaran atau memberikan sanksi hukum terhadap pelaku usaha yang melanggar. Sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal<sup>8</sup>. Tujuan penerapan Jaminan Produk Halal ditujukan kepada masyarakat di sisi lain ditujukan kepada pelaku usaha. Sebagai konsumen yang membeli produk makanan UMKM dapat merasakan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian aksesibilitas terhadap produk yang kehalalannya terjamin tanpa keraguan dengan Jaminan Produk Halal. Bagi pelaku usaha, penerapan Jaminan Produk Halal dapat meningkatkan nilai tambah dalam produksi dan perdagangan produknya yang dijamin kehalalannya serta untuk mencegah

---

<sup>5</sup> Undang – Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang *Jaminan Produk Halal*, Pasal 4

<sup>6</sup> Wahyuleananda, S. T. (2024). *Kesadaran Pelaku Usaha Kuliner di Ponorogo Tentang Jaminan Makanan Halal* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo). Hlm 49.

<sup>7</sup> Prayuti, Y., & Mistunah, M. (2023). Perlindungan Konsumen Terhadap Makanan Produksi Umkm Tanpa Sertifikat Dan Label Halal. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 13801-13813. hlm 1-2

<sup>8</sup> Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2014 Tentang *Jaminan Produk Halal*

penipuan terhadap konsumen, dengan memberikan informasi yang jelas labelisasi halal pada produk makanan membantu konsumen untuk membuat keputusan yang tepat dan mencegah adanya produk makanan yang tidak memenuhi standar karena labelisasi halal berfungsi untuk memberikan informasi yang jelas kepada konsumen.<sup>9</sup>

Di sisi lain, masih rendahnya tingkat pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM terhadap kewajiban sertifikasi serta pelabelan halal menjadi salah satu faktor yang menyebabkan masih beredarnya produk makanan tanpa label halal. Padahal, pelaku usaha secara hukum bertanggung jawab untuk menjamin bahwa setiap produk yang diproduksi dan dipasarkan. Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi, strategi pemasaran produk UMKM mengalami perubahan. Media sosial TikTok kini banyak digunakan sebagai sarana promosi UMKM karena dianggap mudah untuk diakses dan menjangkau banyak konsumen<sup>10</sup>. Ditinjau dari pelaksanaannya, masih dijumpai peredaran produk makanan yang dihasilkan oleh UMKM tanpa disertai label halal, yang diedarkan melalui platform media sosial (TikTok) seperti produk makanan yang diedarkan oleh seorang influencer Farida Zulfa owner Tahu Huha, itsfryday atau Angel owner Dimsum Lumer, Trisha zia owner bakso goreng dan masih banyak lainnya. Keadaan tersebut berpotensi melanggar hak-hak konsumen sekaligus menimbulkan tidak jelasan hukum mengenai status kehalalan produk yang dikonsumsi. Tidak adanya label halal pada produk tersebut dapat memunculkan keraguan di tengah masyarakat serta berpotensi menimbulkan kerugian, baik dari segi kepercayaan konsumen maupun dari aspek perlindungan hukum.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara menelaah bahan pustaka atau data sekunder yang berkaitan dengan permasalahan hukum yang diteliti. Penelitian ini berfokus pada norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan, asas-asas hukum, doktrin, serta putusan pengadilan yang relevan dengan topik penelitian. Penelitian hukum normatif sering disebut juga sebagai penelitian kepustakaan (*library research*), karena sumber data utama dalam penelitian ini berasal

---

<sup>9</sup> Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, (Malang: UIN Maliki Press, 2020), hlm. 45.

<sup>10</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang *Perlindungan Konsumen*, Pasal 7 huruf b dan c

dari bahan hukum tertulis. Dalam penelitian ini, penulis mengkaji berbagai ketentuan hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen terhadap produk makanan UMKM yang tidak mencantumkan label halal, khususnya yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Melalui penelitian hukum normatif ini, penulis berupaya menganalisis bagaimana pengaturan hukum mengenai kewajiban pelaku usaha dalam mencantumkan label halal pada produk makanan serta bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen terhadap produk makanan yang tidak memiliki label halal, khususnya pada transaksi yang dilakukan melalui platform digital seperti TikTok<sup>11</sup>.

Mekanisme yang digunakan dalam penelitian hukum normatif berarti bahwa data yang relevan harus dikumpulkan secara bertahap. Data ini dapat berupa bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, atau bahan hukum tersier. Data ini juga dapat didasarkan pada sifatnya, apakah bersifat pribadi, publik, atau hukum. Metode untuk memperoleh data sekunder meliputi studi literatur. Pengumpulan data melalui studi literatur melibatkan pencarian peraturan dan literatur yang ada terkait dengan masalah yang diteliti. Penelitian ini juga menganalisis kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang diperdagangkan kepada konsumen. Hal ini menjadi penting karena dalam praktik perdagangan, khususnya melalui platform digital seperti TikTok, banyak ditemukan produk makanan UMKM yang belum mencantumkan label halal sehingga dapat menimbulkan ketidakpastian hukum bagi konsumen.<sup>12</sup>

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Pengaturan Hukum Pencantuman Label Halal Bagi Pelaku Usaha UMKM**

Pengaturan hukum mengenai pencantuman label halal bagi pelaku usaha, khususnya UMKM merupakan bagian yang paling penting dalam sistem perlindungan konsumen, yang di mana tidak hanya menekankan perlindungan konsumen tetapi juga

---

<sup>11</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2018), hlm. 13.

<sup>12</sup> Zainuddin, M., & Karina, A. D. (2023). Penggunaan metode yuridis normatif dalam membuktikan kebenaran pada penelitian hukum. *Smart Law Journal*, 2(2), 114-123, hlm 7

memastikan kepastian hukum dan mengakomodasi nilai-nilai keagamaan yang berlaku di masyarakat. Dasar hukum utama untuk regulasi ini adalah Undang-Undang Jaminan Produk Halal Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang secara eksplisit mewajibkan setiap produk yang masuk, beredar, dan dijual di Indonesia untuk memiliki sertifikat halal, kecuali dinyatakan secara eksplisit sebagai non-halal. Ketentuan ini mewakili pergeseran paradigma dari sukarela menjadi wajib, sehingga menjadikan sertifikasi halal sebagai kewajiban hukum bagi pelaku usaha, termasuk UMKM. Pada dasarnya kewajiban untuk mencantumkan label halal pada produk makanan merupakan hal yang wajib dilakukan oleh para UMKM, karena kewajiban tersebut bertujuan untuk memberikan kepastian hukum kepada konsumen. Namun, dalam praktik di lapangan masih banyak produk makanan UMKM yang dipasarkan melalui platform TikTok yang belum mencantumkan label halal, hal ini terjadi karena rendahnya pemahaman pelaku usaha mengenai kewajiban label halal, serta beranggapan bahwa proses sertifikasi rumit dan memerlukan biaya<sup>13</sup>

Regulasi mengenai label halal di Indonesia diatur secara komprehensif dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan peraturan pelaksanaannya. Regulasi ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum mengenai status halal produk yang didistribusikan di masyarakat, sekaligus melindungi konsumen, khususnya konsumen yang akan mengonsumsi produk yang dibeli pada UMKM. Berdasarkan ketentuan Pasal 4 Undang-Undang Jaminan Produk Halal, setiap produk yang masuk, didistribusikan, dan dijual di wilayah Indonesia wajib memiliki sertifikat halal. Produk yang dimaksud meliputi produk dan/atau jasa yang berkaitan dengan makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, produk kimia, produk biologi, dan produk konsumen lainnya. Kewajiban ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal bukan lagi sukarela, tetapi wajib. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha, termasuk UMKM, memiliki tanggung jawab hukum untuk memastikan produk mereka bersertifikat halal sebelum didistribusikan<sup>14</sup>

Pelaku usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), memiliki kewajiban hukum yang ketat untuk mendaftarkan setiap produk yang mereka jual guna

---

<sup>13</sup> Undang-Undang Jaminan Produk Halal Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

<sup>14</sup> Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, pasal 4

memperoleh sertifikasi halal. Kewajiban ini berasal dari Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang menetapkan bahwa semua produk yang masuk, beredar, dan dijual di Indonesia harus bersertifikat halal, kecuali produk yang secara jelas dinyatakan non-halal. Kewajiban untuk mendaftarkan produk guna memperoleh sertifikasi halal bukan hanya kewajiban administratif tetapi juga mencerminkan tanggung jawab moral dan etika pemilik usaha. Dalam konteks ini, pemilik usaha tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi tetapi juga pada perlindungan konsumen dan pemenuhan nilai-nilai agama. Selain itu, pemerintah juga menyediakan fasilitas berupa pelatihan, penyuluhan, dan pendanaan gratis untuk sertifikasi halal (program sertifikasi halal gratis/SEHATI) bagi beberapa UMKM. Kebijakan ini menunjukkan pendekatan positif pemerintah dalam mendorong kepatuhan tanpa membebani usaha kecil<sup>15</sup>

Pelanggaran yang sering ditemui oleh UMKM terkait kewajiban sertifikasi dan pelabelan halal biasanya berkaitan dengan rendahnya tingkat kepatuhan terhadap ketentuan hukum yang berlaku. Salah satu pelanggaran yang paling umum adalah kegagalan untuk mencantumkan label halal pada produk makanan yang sebenarnya telah memperoleh sertifikasi halal. Selain itu, terdapat praktik mencantumkan label halal tanpa melalui proses sertifikasi resmi, yang dapat dikategorikan sebagai bentuk pemalsuan atau memberikan informasi yang menyesatkan kepada konsumen. Pelanggaran lainnya termasuk kegagalan untuk menjaga konsistensi sertifikasi halal produk setelah memperoleh sertifikasi halal, seperti mengubah bahan baku atau proses produksi tanpa memperbarui sertifikasi. Dalam konteks perdagangan digital, terutama melalui platform seperti TikTok Shop, pelanggaran juga sering terjadi dalam bentuk kurangnya transparansi dalam informasi produk, di mana pelaku bisnis tidak secara jelas menunjukkan status halal atau non-halal dalam deskripsi produk atau promosi.<sup>16</sup>

### **Bentuk Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Produk Tanpa Label Halal**

Perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah bertujuan untuk mencegah pelanggaran sebelum terjadi. Hal ini terkandung dalam undang-undang dan peraturan

---

<sup>15</sup> Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

<sup>16</sup> Sabila, M., Situmeang, Y. T., Alsabilla, T. D., Lestari, D., & Putri, I. R. (2025). Analisis Implementasi Kebijakan Wajib Sertifikasi Halal bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Sektor Pangan di Kota Pangkalpinang. *Consensus: Jurnal Ilmu Hukum*, 4(2), 159-172. Hlm 167

yang bertujuan untuk mencegah pelanggaran dan memberikan pedoman atau batasan dalam pelaksanaan suatu kewajiban. Perlindungan preventif adalah bentuk perlindungan hukum yang bertujuan untuk melindungi hak seseorang dari kemungkinan pelanggaran oleh orang lain atau pihak ketiga terhadap hukum. Perlindungan hukum preventif sangat penting bagi pemerintah berdasarkan kebebasan bertindak, karena perlindungan hukum preventif mendorong pemerintah untuk berhati-hati dalam mengambil keputusan berdasarkan kebijaksanaan. Perlindungan hukum preventif telah ditetapkan oleh Pemerintah, terutama dengan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Peraturan ini diharapkan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen akan mendorong iklim bisnis yang sehat dan mendorong lahirnya penjualan produk yang stabil dalam menghadapi persaingan yang ada dengan menyediakan produk/jasa yang berkualitas. Hal ini juga dapat meningkatkan martabat konsumen yang pada gilirannya akan meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, keterampilan, dan mengembangkan kebiasaan pelaku bisnis yang bertanggung jawab untuk tidak melakukan tindakan yang dapat merugikan konsumen<sup>17</sup>

Dalam konteks TikTok, pengawasan dilakukan melalui beberapa mekanisme. Yakni, pengawasan preventif, yaitu melalui regulasi seperti kewajiban untuk mencantumkan informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Selain pemerintah, platform seperti TikTok juga memiliki tanggung jawab untuk mengambil tindakan terhadap akun yang melanggar kebijakan, termasuk menjual produk ilegal atau produk tanpa label halal. Namun, pengawasan ini sering kali kurang optimal karena banyaknya pelaku usaha dan keterbatasan sistem deteksi. Beberapa contoh kasus yang masih sering ditemui pada platform TikTok yaitu produk makanan tanpa label halal yang dipromosikan melalui *live* atau video yang deskripsi produknya tidak lengkap seperti produk makanan Tahu Huha milik Farida Zulfa, Dimsum Lumer milik Angel atau Itsfryday, Bakso Goreng milik Trisha Zia yang di mana produk mereka tidak memberikan deskripsi yang jelas terkait perlabelan halal pada produknya yang diedarkan di TikTok, sehingga perlindungan

---

<sup>17</sup> Angriyani, A. M., & Gultom, E. (2021). Peran negara dalam memberikan perlindungan pada konsumen atas penggunaan produk pangan tidak berlabel halal berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, 4(1), 19-26. Hlm 21-22

preventif belum berjalan optimal karena masih lemahnya pengawasan penjualan produk UMKM tanpa label halal di Platform TikTok.<sup>18</sup>

Perlindungan hukum represif mengacu pada perlindungan yang diberikan setelah pelanggaran hukum untuk menyelesaikan sengketa dan memberikan kepastian hukum serta ganti rugi kepada pihak yang dirugikan. Dalam konteks sertifikasi dan pelabelan halal, perlindungan hukum represif diwujudkan melalui penegakan hukum terhadap perusahaan yang gagal memenuhi kewajiban sertifikasi halal atau yang tidak memasang label halal dengan benar. Jika suatu perusahaan memasarkan produk makanan tanpa memenuhi persyaratan jaminan produk halal, pemerintah dapat menjatuhkan sanksi administratif berupa peringatan tertulis dan denda<sup>19</sup>. Meskipun kewajiban sertifikasi halal telah diperkuat, praktik membuat klaim halal tanpa sertifikasi resmi masih sering ditemui di lapangan. Klaim halal tidak selalu muncul dalam bentuk logo halal palsu, tetapi juga muncul melalui narasi pemasaran yang mengarah pada persepsi konsumen, seperti penggunaan frasa seperti "100% halal," "dijamin halal," "sesuai syariah," atau klaim berdasarkan bahan baku yang belum melalui proses sertifikasi yang sah dan penggunaan logo halal MUI. Praktik-praktik tersebut berbahaya karena tidak secara langsung menciptakan kepercayaan konsumen bahwa produk tersebut memenuhi standar halal yang ditetapkan dalam Undang-Undang JPH. Namun, menurut undang-undang, klaim halal bukan hanya pernyataan sepihak oleh pelaku usaha, melainkan pernyataan hukum yang hanya dapat dilekatkan pada produk setelah melalui mekanisme sertifikasi halal BPJPH. Halal tidak hanya ditentukan oleh komposisi bahan, tetapi mencakup seluruh rantai produksi, mulai dari pengadaan bahan, pengolahan, penyimpanan, distribusi, dan penyajian. Perlindungan represif belum berjalan optimal karena dalam praktiknya konsumen jarang mengajukan komplain atau gugatan terhadap pelaku usaha. Hal ini disebabkan karena nilai barang yang mereka beli relatif kecil sehingga konsumen merasa tidak perlu menuntut, serta masih rendahnya pemahaman konsumen mengenai hak-haknya dalam memperoleh perlindungan hukum.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Andani, D. K., & Indarta, D. W. (2023). Pengawasan Hukum Platform E-Commerce Tiktok dan UMKM oleh KPPU Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999. *Al-Manhaj: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(2), 2393-2408. Hlm 2395

<sup>19</sup> Bagaimana Menyampaikan Pengaduan Konsumen? – Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.

<sup>20</sup> Jebakan Klaim Halal Tanpa Sertifikat dan Sanksi Hukum yang Mengintai Pelaku Usaha. *Jebakan Klaim Halal Tanpa Sertifikat dan Sanksi Hukum yang Mengintai Pelaku Usaha.*

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **KESIMPULAN**

Regulasi dan kewajiban usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terkait pelabelan produk mereka dengan sertifikat halal pada prinsipnya telah diatur dengan jelas dalam undang-undang dan peraturan. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal telah menetapkan bahwa semua produk yang dijual di Indonesia harus bersertifikat halal, sedangkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menekankan kewajiban bisnis untuk memberikan informasi yang akurat, jelas, dan jujur kepada konsumen. Namun, dalam praktiknya, banyak UMKM masih gagal memenuhi kewajiban ini, baik karena kurangnya pemahaman, keterbatasan akses terhadap proses sertifikasi, atau kurangnya pengetahuan hukum.

Perlindungan hukum konsumen terhadap penjualan produk makanan non-halal oleh usaha mikro, kecil, dan menengah di platform TikTok secara normatif dijamin oleh berbagai instrumen hukum, seperti hak atas informasi, keamanan, dan perlindungan. Namun, dalam praktiknya, perlindungan ini tidak diimplementasikan secara optimal. Hal ini disebabkan oleh pengawasan yang lemah, kontrol yang terbatas terhadap perdagangan *online*, dan ketergantungan konsumen pada informasi yang diberikan oleh pelaku usaha. Serta kurangnya optimalnya pengawasan pemerintah dan belum maksimalnya peran platform digital seperti TikTok dalam memverifikasi produk yang dipasarkan.

##### **SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perlindungan hukum konsumen terhadap produk makanan UMKM tanpa label halal pada platform TikTok ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, penulis menyarankan agar pemerintah, khususnya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), lebih meningkatkan upaya sosialisasi, pendampingan, dan pengawasan terhadap pelaku UMKM yang memasarkan produknya melalui platform digital. Kemudahan akses informasi serta penyederhanaan prosedur sertifikasi halal perlu terus dikembangkan agar pelaku UMKM dapat memenuhi kewajiban sertifikasi halal sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pelaku usaha UMKM juga diharapkan memiliki

kesadaran hukum yang lebih tinggi dengan mematuhi ketentuan mengenai sertifikasi dan pelabelan halal serta memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang dipasarkan. Di sisi lain, TikTok sebagai platform perdagangan elektronik perlu memperkuat sistem pengawasan terhadap produk yang diperjualbelikan, termasuk melakukan verifikasi terhadap klaim halal yang dicantumkan oleh pelaku usaha.

## DAFTAR REFERENSI

- Agung, I., & Santi, M. (2025). Sertifikasi Halal dan Tantangannya bagi UMKM Kuliner. *EKSYAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, 12(1), 166-177. Hlm. 172.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2020), hlm. 1
- Andani, D. K., & Indarta, D. W. (2023). Pengawasan Hukum Platform E-Commerce Tiktok dan UMKM oleh KPPU Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999. *Al-Manhaj: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(2), 2393-2408. Hlm 2395
- Angriyani, A. M., & Gultom, E. (2021). Peran negara dalam memberikan perlindungan pada konsumen atas penggunaan produk pangan tidak berlabel halal berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, 4(1), 19-26. Hlm 21-22
- Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, (Malang: UIN Maliki Press, 2020), hlm. 45.
- Gobal, R., & Allo, Y. T. (2024). Peran usaha mikro kecil menengah (umkm) dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. *Bulletin of Community Engagement*, 4(2), 233-238. Hlm. 236.
- Kristiyanti, C. T. S. (2022). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika. hlm 5-6
- Prayuti, Y., & Mistunah, M. (2023). Perlindungan Konsumen Terhadap Makanan Produksi Umkm Tanpa Sertifikat Dan Label Halal. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 13801-13813. hlm 1-2
- Sabila, M., Situmeang, Y. T., Alsabilla, T. D., Lestari, D., & Putri, I. R. (2025). Analisis Implementasi Kebijakan Wajib Sertifikasi Halal bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Sektor Pangan di Kota Pangkalpinang. *Consensus: Jurnal Ilmu Hukum*, 4(2), 159-172. Hlm 167
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2018), hlm. 13.
- Wahyuleananda, S. T. (2024). *Kesadaran Pelaku Usaha Kuliner di Ponorogo Tentang Jaminan Makanan Halal* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo). Hlm 49.

PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP PRODUK MAKANAN UMKM TANPA LABEL HALAL  
DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN  
DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 33 TAHUN 2014 TENTANG JAMINAN PRODUK HALAL  
(STUDI KASUS UMKM PADA PLATFORM TIKTOK)

Zainuddin, M., & Karina, A. D. (2023). Penggunaan metode yuridis normatif dalam membuktikan kebenaran pada penelitian hukum. *Smart Law Journal*, 2(2), 114-123, hlm 7