



Perlindungan Konsumen Muslim di Marketplace: Urgensi Transparansi Sertifikat Halal Digital (Studi pada Shopee)

Nanda Misbahul Humam

Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri, Purwokerto, Indonesia

E-mail : 224110301162@mhs.uinsaizu.ac.id

Rohman Maulana

Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri, Purwokerto, Indonesia

E-mail : 224110301165@mhs.uinsaizu.ac.id

Fathurohman

Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri, Purwokerto, Indonesia

E-mail : 234110301157@mhs.uinsaizu.ac.id

Ainul Yaqin

Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri, Purwokerto, Indonesia

E-mail: ainulyaqin@iainpurwokerto.ac.id

Abstract: 0

Keywords: *Muslim consumer protection, Shopee, digital halal certificate, Islamic economic law*

Abstrak: Perkembangan marketplace di era digital menuntut adanya jaminan kehalalan produk bagi konsumen Muslim. Namun, masih banyak produk di platform seperti Shopee yang belum mencantumkan status halal secara jelas. Penelitian ini bertujuan menganalisis jaminan produk halal di marketplace serta kebijakan Shopee terkait transparansi sertifikat halal digital. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan studi pustaka terhadap peraturan perundang-undangan dan kebijakan internal Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaminan produk halal merupakan bentuk perlindungan hukum bagi konsumen Muslim, sesuai prinsip kejujuran (*shidq*) dan tanggung jawab (*amanah*). Shopee belum memiliki mekanisme verifikasi sertifikat halal digital, sehingga transparansi informasi halal menjadi urgensi penting dalam mewujudkan perlindungan konsumen Muslim di era perdagangan elektronik.

Kata Kunci : Perlindungan Konsumen Muslim, Shopee, Sertifikat Halal Digital, Hukum Ekonomi Syariah

PENDAHULUAN

Setiap warga negara Indonesia dijamin memiliki hak-hak konstitusional menurut UUD 1945, termasuk hak asasi manusia, hak untuk beragama dan beribadah, hak memperoleh perlindungan hukum, serta hak atas kehidupan yang layak. Seiring perkembangan zaman, ilmu pengetahuan dan teknologi juga mengalami kemajuan pesat, termasuk dalam pengolahan bahan pangan yang semakin beragam. Di pasaran, tersedia berbagai produk olahan dari berbagai bahan dasar, baik yang diproduksi oleh pabrik, pengusaha lokal, maupun impor dari perusahaan asing. Saat ini, banyak makanan olahan yang memiliki komposisi kompleks, sehingga tidak semua kandungannya jelas status kehalalannya.

Sebagian masyarakat beranggapan bahwa makanan yang sehat dan bergizi sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan tubuh, padahal tanpa jaminan halal, konsumsi makanan tersebut tidak sepenuhnya menjamin kesehatan dan kebaikan bagi tubuh (Andini & Pratiwi, 2022). Kehalalan produk menjadi isu penting mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Muslim. Hal ini tidak hanya terkait dengan pemenuhan ajaran agama, tetapi juga menyangkut aspek sosial dan ekonomi. Mengonsumsi produk halal selain sebagai wujud ketaatan agama, juga memiliki makna lain, seperti menjaga kesehatan, memastikan keamanan makanan dari zat berbahaya, serta mendukung keberlanjutan masyarakat melalui pola konsumsi yang lebih bertanggung jawab. Dengan tingginya jumlah konsumen Muslim, permintaan terhadap produk halal terus meningkat di berbagai sektor, termasuk makanan, minuman, farmasi, kosmetik, dan pariwisata. (Fadilah, dkk, 2025). Oleh karena itu, tersedianya produk halal yang terjamin kualitasnya menjadi sangat penting, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan spiritual umat Muslim, tetapi juga untuk memperkuat daya saing industri nasional di pasar global yang semakin menekankan standar halal (Mujahidin & Sulaeman, 2025).

Perkembangan pesat transaksi perdagangan elektronik di Indonesia melalui marketplace menandakan transformasi signifikan dalam perilaku konsumsi masyarakat. Di tengah kondisi tersebut, keberadaan konsumen Muslim sebagai mayoritas populasi nasional menghadirkan tantangan tersendiri terkait pemenuhan kebutuhan produk yang terjamin kehalalannya. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) menegaskan kewajiban produk yang beredar untuk memiliki sertifikat halal sebagai wujud perlindungan konsumen Muslim (Nur, 2021). Selain itu, Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim mencatat pengeluaran produk dan layanan halal yang diproyeksikan mencapai USD 281,6 miliar pada tahun 2025, menjadikannya pasar halal terbesar di dunia. Sisi lain, regulasi perlindungan konsumen umum seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 memberikan hak kepada konsumen atas informasi yang benar, jelas dan jujur. Namun, realitas di marketplace memperlihatkan bahwa tidak semua produk mencantumkan informasi halal secara transparan, dan platform e-commerce belum secara optimal menyediakan mekanisme verifikasi digital sertifikat halal (Syabani, dkk, 2025).

Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan ketidakjelasan (*gharar*) dan ketidakpastian bagi konsumen Muslim, yang tidak hanya membutuhkan keamanan dan mutu produk tetapi juga kepatuhan syariah dalam transaksi sehari-hari. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis jaminan produk halal di marketplace pada platform Shopee terkait transparansi sertifikat halal digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif (yuridis normatif) dengan pendekatan studi pustaka (*library research*). Pendekatan ini digunakan karena penelitian difokuskan pada kajian terhadap norma hukum positif, doktrin, serta prinsip hukum ekonomi syariah yang berkaitan dengan perlindungan konsumen Muslim dan jaminan produk halal di marketplace. Bahan hukum yang digunakan meliputi bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer mencakup peraturan perundang-undangan seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014

tentang Jaminan Produk Halal, beserta regulasi turunannya yang relevan. Bahan hukum sekunder terdiri atas literatur, buku, artikel jurnal, hasil penelitian, sertifikasi halal digital, dan praktik bisnis e-commerce. Sementara itu, bahan hukum tersier sumber daring resmi yang mendukung analisis. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur dan dokumentasi terhadap berbagai sumber hukum tersebut. Selanjutnya, data dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan cara menguraikan dan menafsirkan bahan hukum untuk menemukan kesesuaian antara praktik marketplace, khususnya Shopee, dengan prinsip perlindungan konsumen Muslim dan urgensi transparansi sertifikat halal digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jaminan Produk Halal di Marketplace

Jaminan produk halal di Indonesia berakar dari pengaturan hukum yang terang diwujudkan melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Undang-undang ini menegaskan bahwa produk yang “masuk, beredar, dan diperdagangkan” di wilayah Indonesia wajib memiliki sertifikat halal pasal 25-26 juga mengatur kewajiban pelaku usaha harus mencantumkan label halal dengan benar dan jelas, yang dalam konteks marketplace harus terimplementasi pada halaman produk digital sebagai wujud perlindungan negara terhadap hak konsumsi masyarakat Muslim. Lebih jauh, UU JPH menetapkan bahwa penyelenggaraan jaminan produk halal harus dijalankan dengan asas perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas, dan transparansi. Di ranah marketplace, konsep jaminan halal ini memiliki relevansi ganda, tidak hanya memberikan kepastian bahwa produk memenuhi syariat Islam (mencakup bahan baku, proses produksi, pengemasan, distribusi), tetapi juga menjadi instrumen hak konsumen atas “informasi yang benar, jelas dan jujur” sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK) (Kompas, 2022). Dalam konteks perlindungan konsumen, kewajiban marketplace untuk menyediakan informasi halal memiliki dasar hukum yang jelas, yakni pasal 4 huruf c dan pasal 7 huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Selain itu, pasal 8 ayat 1 UUPK menegaskan bahwa pelaku usaha dilarang memperdagangkan produk tanpa informasi yang benar, termasuk status kehalalan.

Dari perspektif fikih muamalah, jaminan ini juga menghindarkan transaksi dari unsur *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan), serta mewujudkan prinsip *amanah* (kepercayaan) dan *shidq* (kejujuran). Dengan demikian, marketplace sebagai medium distribusi produk memiliki tanggung jawab moral dan hukum untuk memastikan bahwa label halal bukan sekadar klaim, tetapi terverifikasi dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum dan syariah. Sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai bentuk perlindungan hukum bagi konsumen Muslim, tetapi juga mampu menumbuhkan kepercayaan serta kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Dampak positif ini pada akhirnya dapat memperkuat citra perusahaan sekaligus meningkatkan daya saingnya di pasar (Nasrudin & Nursari, 2025).

Jaminan produk halal (JPH) berarti memberikan kepastian kepada konsumen (terutama Muslim) bahwa produk yang dikonsumsi atau digunakan memenuhi syariat Islam mulai dari bahan baku, proses produksi, pengemasan, distribusi, hingga penyajian. Produk halal bukan hanya sekadar label, tetapi juga proses dan sistem yang memastikan tidak ada bahan yang haram, tidak ada pencampuran yang meragukan, dan seluruh rantai produksi sesuai dengan standar halal (Ratiawaty, dkk, 2023). Dalam konteks perlindungan konsumen, jaminan produk halal merupakan bagian dari hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur karena konsumen Muslim membutuhkan kepastian bahwa produk yang dibeli sesuai dengan keyakinannya. Literatur menyebut bahwa UU JPH memiliki relevansi kuat dengan hukum perlindungan konsumen (Triyanto, 2017).

Konsumen Muslim yang memiliki pengetahuan cukup cenderung memiliki rasa ingin tahu yang tinggi terhadap produk baru atau produk yang belum pernah mereka beli sebelumnya. Mereka secara aktif mencari informasi yang jelas dan dapat dipercaya mengenai produk tersebut. Hingga mereka memastikan kehalalan produk baru itu, konsumen biasanya tidak akan membuat keputusan pembelian. Konsumen Muslim yang berpengetahuan memadai cenderung lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan terkait produk konsumsi. Secara normatif, kombinasi aturan tersebut menegaskan bahwa transparansi sertifikat halal bukan sekadar preferensi bisnis, tetapi merupakan mandatory obligation yang memiliki konsekuensi hukum.

Marketplace yang tidak menampilkan informasi halal secara jelas dapat dikategorikan sebagai pelanggaran hak konsumen dan peredaran informasi yang misleading. Oleh karena itu, perusahaan perlu secara jelas mengidentifikasi dan memahami target pasar mereka. Selain itu, perusahaan disarankan untuk melakukan interaksi langsung dengan konsumen guna mengetahui kebutuhan dan pertimbangan utama konsumen Muslim berpengetahuan memadai dalam proses pengambilan keputusan pembelian (Musthofa & Burhanudin, 2021).

Kebijakan Produk Halal di Shopee

Shopee telah meluncurkan program kemitraan dengan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) untuk memfasilitasi pengajuan sertifikasi halal oleh para pelaku usaha dan UMKM melalui platform Shopee. Kerja sama ini mulai diumumkan pada 3 April 2024 dan memungkinkan penjual di Shopee menggunakan menu “Manajemen Sertifikasi Halal” di Seller Center yang terintegrasi dengan sistem SIHALAL BPJPH (Kompas, 2024). Kondisi ini menunjukkan adanya upaya Shopee untuk memperkuat sistem jaminan halal pada produknya, dan menyesuaikan dengan kewajiban sertifikasi halal yang akan diberlakukan pemerintah pada Oktober 2024 (Kompas Monay, 2024).

Shopee juga memiliki fitur khusus bernama Shopee Barokah, yaitu sebuah kanal dalam aplikasi yang ditujukan bagi pengguna Muslim. Fitur ini menampilkan produk-produk terkurasi yang diklaim “halal” serta menyediakan layanan pendukung gaya hidup Islami seperti jadwal salat, Al-Qur’an digital, dan layanan zakat/infaq/wakaf (ANTARA News, 2022). Keberadaan fitur Shopee Barokah merupakan bentuk upaya Shopee dalam memperkuat jaminan produk halal di platformnya. Fitur ini tidak hanya mempermudah akses konsumen terhadap produk halal, tetapi juga dimaksudkan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dengan menekan peredaran barang palsu serta menyediakan jaminan pengembalian dana (*refund guarantee*) sebagai bentuk perlindungan konsumen (Khasanah & Salleh, 2025). Namun, meskipun Shopee Barokah mengklaim produk terkurasi halal, penelitian menunjukkan masih terdapat produk di kanal tersebut yang belum memiliki sertifikat halal sesuai regulasi (Zuhri & Nisa, 2024).

Meskipun sudah ada kemajuan, masih terdapat beberapa tantangan, Shopee memfasilitasi pengajuan sertifikat halal, kebijakan verifikasi terhadap produk yang mengklaim “halal” belum secara terbuka dijelaskan bahwa Shopee melakukan pengecekan independen terhadap kebenaran sertifikat tersebut. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pada platform seperti Shopee Barokah masih ditemukan produk yang tidak sepenuhnya sesuai dengan ketentuan regulasi sertifikasi halal (misalnya belum memiliki sertifikat tetapi diklaim halal) (Zuhri & Nisa, 2024). Dengan adanya integrasi pengajuan sertifikasi dan fitur khusus produk halal, konsumen Muslim memiliki peluang lebih baik untuk memilih produk yang sesuai syariah.

Namun, karena verifikasi dan transparansi masih belum sempurna, maka konsumen tetap menghadapi risiko ketidakjelasan (*gharar*) terkait status kehalalan produk. Oleh karena itu, kebijakan Shopee yang ada saat ini menjadi fondasi penting, tetapi masih perlu diperkuat terutama pada aspek verifikasi sertifikat halal digital, publikasi status halal secara jelas pada produk, dan monitoring marketplace terhadap klaim halal penjual. Dengan demikian, meskipun Shopee menyediakan fasilitas administratif, tanggung jawab hukum marketplace sebagai pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 7 dan 8 UU PK belum sepenuhnya terpenuhi. Marketplace tidak dapat mengambil posisi sebagai “perantara pasif”, karena dalam ekosistem digital, platform memiliki peran gatekeeper yang menentukan kebenaran dan kelayakan suatu produk untuk ditampilkan kepada publik. Ketidaksempurnaan kebijakan Shopee ini berpotensi menimbulkan kondisi *asymmetric information*, yang dalam perspektif fikih termasuk *gharar* dan *tadlis*, serta dalam hukum positif merupakan bentuk misinformasi yang dapat merugikan konsumen.

Urgensi Transparansi Sertifikat Halal Digital

Urgensi transparansi sertifikat halal digital menjadi semakin penting karena persinggungan antara kewajiban syariah, kebutuhan konsumen Muslim, dan perintah eksplisit hukum positif. Pasal 4 huruf c dan Pasal 8 ayat 1 UU PK menempatkan informasi halal sebagai komponen wajib dari hak konsumen dan larangan terhadap penyesatan informasi. Di sisi lain, Pasal 4 dan Pasal 26 UU JPH mewajibkan sertifikasi halal dan label halal dicantumkan secara jelas, termasuk dalam transaksi elektronik. Ketidakterpenuhinya kewajiban tersebut pada marketplace menciptakan informasi

gap antara penjual dan konsumen, yang dalam fikih dikategorikan sebagai *gharar* karena adanya ketidakpastian status halal produk. Dalam konteks ekonomi digital, transparansi halal juga menjadi syarat untuk menjaga kepercayaan konsumen sekaligus meningkatkan daya saing industri halal nasional.

Sertifikat halal digital muncul sebagai kebutuhan mendesak dalam ekosistem marketplace karena beberapa faktor. Pertama, dengan diberlakukannya kewajiban sertifikasi halal untuk produk yang “masuk, beredar, dan diperdagangkan” di Indonesia melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), maka pelaku usaha harus mencantumkan label dan publikasi kehalalan sebagai bagian dari kepatuhan regulasi (SSEK Law Firm, 2025). Rendahnya tingkat literasi mengenai halal di kalangan pelaku usaha membuat banyak dari mereka belum terdorong untuk segera mengurus sertifikasi halal, terutama jika produk yang mereka hasilkan dianggap secara umum sudah “jelas halal.” Padahal, dalam sistem SJPH (Sistem Jaminan Produk Halal), klaim kehalalan suatu produk harus dibuktikan melalui prosedur formal dan didokumentasikan secara sah (Habibi, dkk, (2025).

Kedua, konsumen Muslim di marketplace menghadapi ketidakpastian informasi ketika status kehalalan produk tidak disajikan secara transparan hal ini menciptakan informasi asimetris yang dapat mengarah pada ketidakjelasan (*gharar*) dan melanggar hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam sistem perlindungan konsumen (Btr & Zulham, 2025).

Ketiga, transparansi digital pada sertifikat halal (misalnya penerbitan secara online, integrasi database verifikasi, dan publikasi di kanal digital) memungkinkan konsumen serta pemangku kepentingan untuk memverifikasi sendiri keabsahan dan status terkini dari produk halal hal ini bukan hanya penting dari perspektif syariah (*shidq, amanah*), tetapi juga dari perspektif ekonomi karena sertifikasi halal mendorong kepercayaan pasar dan daya saing produk nasional (Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) LPPOM Sertifikasi Halal, 2025). Dengan demikian, integrasi transparansi sertifikat halal digital menjadi instrumen strategis untuk menguatkan perlindungan konsumen Muslim di marketplace sekaligus menciptakan ekosistem perdagangan daring yang lebih akuntabel dan etis.

KESIMPULAN

Jaminan produk halal di marketplace merupakan implementasi konkret dari perlindungan konsumen Muslim dan wujud tanggung jawab hukum negara sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK). Dalam konteks marketplace seperti Shopee, kebijakan penyediaan fitur sertifikasi halal digital dan kanal Shopee Barokah menunjukkan langkah progresif menuju sistem perdagangan daring yang sesuai dengan prinsip syariah. Namun, masih ditemukan celah berupa kurangnya transparansi dan verifikasi independen terhadap klaim kehalalan produk, yang berpotensi menimbulkan ketidakjelasan (*gharar*) bagi konsumen.

Urgensi transparansi sertifikat halal digital menjadi penting untuk memastikan keaslian, keterbukaan, dan keterlacakan status halal produk secara daring. Transparansi ini tidak hanya melindungi konsumen Muslim dari potensi penyesatan informasi, tetapi juga meningkatkan kepercayaan publik dan daya saing produk halal di era ekonomi digital. Oleh karena itu, dibutuhkan sinergi antara regulator, pelaku usaha, dan platform marketplace untuk membangun ekosistem perdagangan digital yang amanah, akuntabel, dan sesuai dengan prinsip keadilan syariah.

Implikasinya, marketplace memiliki tanggung jawab hukum untuk memastikan informasi halal yang ditampilkan tidak menyesatkan dan dapat diverifikasi. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan agar Shopee mengintegrasikan verifikasi sertifikat halal berbasis QR code yang terhubung dengan database BPJPH, mewajibkan penjual mencantumkan nomor sertifikat halal, serta memperketat kurasi produk halal dalam kanal Shopee Barokah. Dari sisi regulator, diperlukan aturan teknis yang mewajibkan marketplace untuk menampilkan status halal secara transparan sebelum produk diperdagangkan. Sementara bagi konsumen, peningkatan literasi digital mengenai halal menjadi penting agar tidak bergantung pada klaim penjual semata. Dengan adanya integrasi sistem sertifikat halal digital yang transparan dan dapat diverifikasi, marketplace seperti Shopee diharapkan mampu menjadi model perlindungan konsumen Muslim yang efektif, tidak hanya dalam aspek kepatuhan hukum, tetapi juga sebagai wujud tanggung jawab moral dalam menjaga kehalalan produk di ruang digital.

REFERENSI

- Alawik Mhd Btr, & Zulham. (2025). Kewajiban Transparansi Informasi Halal pada Platform Digital Shopee Food. *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, 6(1), 83. <https://doi.org/10.33367/ijhass.v6i1.6982>.
- Andini, Pratiwi Puspito, (2022). Perlindungan Konsumen terhadap Konsumen Muslim atas Kehalalan Produk. *Jurnal Kajian Konsitusi*, 2(2). 167-168. <https://doi.org/10.19184/jkk.v2i2.35416>.
- ANTARA News. (2022, Oktober 7). Shopee Barokah punya tampilan baru, hadirkan produk halal hasil kurasi. *ANTARA News*. Diakses pada 13 November 2025, dari <https://m.antaranews.com/berita/3165309/shopee-barokah-punya-tampilan-baru-hadirkan-produk-halal-hasil-kurasi?>.
- Ariezal Musthofa, Burhanudin, (2021). Konsumen Muslim: Pengetahuan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan. *El-Jizya Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 94. <https://doi.org/10.24090/ej.v9i1.4693>.
- Fatimah Nur. (2021). Jaminan Produk Halal di Indonesia Terhadap Konsumen Muslim. *Jurnal Likuid*, 1(1), 44. <https://doi.org/10.15575/likuid.v1i1.12732>.
- Fadilah, Rahma Amalia, dkk, (2025). Analisis Peran dari Digitalisasi Halal terhadap Kepercayaan Konsumen dan Pengembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 313-314. <https://doi.org/10.62017/jemb>.
- Karimatul Khasanah, Mohd Mahyeddin Mohd Salleh, (2025). Ensuring Legal Protection for Halal Product Consumers in Indonesia's Marketplaces: Shariah Compliance and Regulatory Gaps. *Journal for Integrative Islamic Studies*, 11(1), 41. <https://doi.org/10.28918/hikmatuna.v11i1.10947>.
- Kompas. (2022, April 29). Hak-hak konsumen menurut UU Perlindungan Konsumen. *Kompas*. Diakses pada 13 November 2025, dari <https://nasional.kompas.com/read/2022/04/29/03300001/hak-hak-konsumen-menurut-uu-perlindungan-konsumen?>.
- Kompas. (2024, April 3). Shopee gaet BPJPH bantu memudahkan UMKM RI dapat sertifikasi halal. *Detik Finance*. Diakses pada 13 November 2025, dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7276085/shopee-gaet-bpjph-bantu-mudahkan-umkm-ri-dapat-sertifikasi-halal>.

- Kompas. (2024, April 3). Shopee hadirkan fitur pengajuan sertifikat halal untuk UMKM. *Kompas Money*. Diakses pada 13 November 2025, dari <https://money.kompas.com/read/2024/04/03/164000726/shopee-hadirkan-fitur-pengajuan-sertifikat-halal-untuk-umkm?>.
- Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) LPPOM Sertifikasi Halal. (2025, Februari 26). Halal Certificate Strengthens Quality Infrastructure in National Industrial Competitiveness. Diakses pada 13 November 2025, dari <https://halalmui.org/en/halal-certificate-strengthens-quality-infrastructure-in-national-industrial-competitiveness/?>.
- Mohammad Habibi, dkk, (2025). Perlindungan Konsumen Melalui Jaminan Produk Halal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2). 94. <https://doi.org/10.47077/ekosiana.v12i2.590>.
- Nasrudin Nasrudin, Nina Nursari, (2025). Peran Sertifikasi Halal dalam Penguatan Industri Makanan Halal: Instrumen Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum*, 2(1), 16. <https://doi.org/10.15575/qanuniya.v2i1.1268>.
- Rastiawaty dkk. (2023). Tinjauan Hukum Penerapan Sertifikat Halal Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. *Jurnal Ilmiah Publika*, 11(1), 230. <https://doi.org/10.33603/publika.v11i1.8224>.
- SSEK Law Firm. (2025, November 12). Indonesia Halal Certification Compliance Strengthened: Mandatory Labelling and Publication for Certified Products. *Conventus Law*. Diakses pada 13 November 2025, dari <https://conventuslaw.com/report/indonesia-halal-certification-compliance-strengthened-mandatory-labelling-and-publication-for-certified-products/?>.
- Irfan Mujahidin, Iskandar Sulaeman, (2025). Pengarus Integrasi Konten Digital Terhadap Niat Sertifikasi Halal Wirausahawan Muslim di Era Informasi Digital: Survei Pada Wirausahawan Muslim UMKM Karawang. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 5(2), 81.
- Syabani, Abdul Hapiz Mursidin, dkk. (2025). Perlindungan Konsumen Muslim dalam Era E-Commerce: Tinjauan Regulasi dan Sosial. *Journal on Islamic Studies*, 1(3), 189-190. <https://doi.org/10.61166/lpi.v1i3.27>.

- Triyanto, & Witanti Astuti. (2017). Sertifikasi Jaminan Produk Halal Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 (Perspektif Perlindungan Konsumen). *Lex Administratum*, 5(1), 151.
- Zuhri, Najwa Alifiah, & Khoirun Nisa. (2024). Tinjauan UU No. 33 Tahun 2014 dan Fikih Muamalah Terhadap Jual Beli Produk Halal di Platform Khusus Shopee Barokah. *Al-Mizan*, 8(2), 71.