

**PENGATURAN PENJUALAN MINUMAN BERALKOHOL PADA
PLATFORM SHOPEEFOOD PERSPEKTIF MAQĀṢID ASY-SYARĪ'AH**

SKRIPSI

OLEH:

JAMI'ATUL ISTIQOMAH

NIM 220202110072



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2026

**PENGATURAN PENJUALAN MINUMAN BERALKOHOL PADA
PLATFORM SHOPEEFOOD PERSPEKTIF MAQĀṢID ASY-SYARĪ'AH**

SKRIPSI

OLEH:

JAMI'ATUL ISTIQOMAH

NIM 220202110072



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2026

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Demi Allah, Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“PENGATURAN PENJUALAN MINUMAN BERALKOHOL PADA PLATFORM SHOPEEFOOD PERSPEKTIF MAQĀṢID ASY-SYARĪ‘AH”

Benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Seluruh proses penyusunan, analisis, dan penulisan dalam skripsi ini saya lakukan tanpa melakukan plagiarisme atau menyalin karya orang lain secara tidak sah. Jika terdapat kutipan atau pendapat dari pihak lain, semuanya telah dicantumkan melalui rujukan dan daftar pustaka sesuai kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Dengan demikian, saya bertanggung jawab penuh atas orisinalitas dan keaslian karya ini, serta bersedia menerima segala bentuk konsekuensi apabila di kemudian hari terbukti terjadi pelanggaran atas pernyataan ini.

Malang, 18 Mei 2026

Penulis,



Jami'atul Istiqomah

NIM. 220202110072

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi berjudul:

**“PENGATURAN PENJUALAN MINUMAN BERALKOHOL PADA
PLATFORM SHOPEEFOOD PERSPEKTIF MAQĀSID ASY-SYARĪ’AH”**

yang disusun oleh:

Nama : Jami’atul Istiqomah
NIM : 220202110072
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah

Telah diperiksa, ditelaah, serta disetujui untuk diajukan kepada Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.).

Malang, 18 Mei 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah



Dwi Hidayatul Firdaus, M.Si.
NIP. 198212252015031002

Dosen Pembimbing



Ramadhita, M.HI
NIP. 198909022015031004

BUKTI KONSULTASI

Nama : Jami'atul Istiqomah
NIM : 220202110072
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : Ramadhita, M.HI
Judul Skripsi : Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol Pada Platform
Shopeefood Perspektif Maqāṣid Asy-Syarī'ah

No.	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	Senin, 2 Februari 2026	Bimbingan Proposal Skripsi	/
2	Jum'at, 13 Februari 2026	Revisi Objek Penelitian	/
3	Senin, 23 Februari 2026	Acc Judul Baru	/
4	Senin, 2 Maret 2026	Acc Seminar Proposal	/
5	Selasa, 14 April 2026	Bimbingan Objek Penelitian	/
6	Senin, 20 April 2026	Revisi Objek Penelitian	/
7	Rabu, 29 April 2026	Bimbingan bab 1-2	/
8	Selasa, 5 Mei 2026	Revisi bab 1-2 & bagian footnote	/
9	Rabu, 13 Mei 2026	Bimbingan Bab 1-4	/
10	Senin, 18 Mei 2026	ACC naskah skripsi	/

Malang, 18 Mei 2026

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah



Dwi Hidayatul Firdaus, M.Si.
NIP. 198212252015031002

HALAMAN PENGESAHAN

Dewan penguji skripsi saudara Jami'atul Istiqomah NIM 220202110072, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGATURAN PENJUALAN MINUMAN BERALKOHOL PADA PLATFORM SHOPEEFOOD PERSPEKTIF MAQĀSID ASY-SYARI'AH

Telah dinyatakan lulus dalam sidang ujian skripsi yang dilaksanakan pada tanggal 08 Juni 2026

Dengan Penguji:

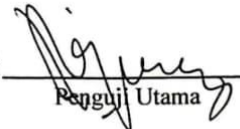
1. **Dwi Hidayatul Firdaus, S.HI., M.SI.**
NIP. 198212252015031002

()
Ketua

2. **Ramadhita, M.HI**
NIP. 198909022015031004

()
Sekretaris

3. **Risma Nur Arifah, S.HI., M.H.**
NIP. 198408302019032010

()
Penguji Utama

Malang, 15 Juni 2026

Dekan,



Prof. Dr. H. Umi Sumbulah, M. Ag.
NIP. 198261998032002

MOTTO

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

-QS.Al-Insyirah:5-6-

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Alhamdulillah rabbil 'alamin, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul

“Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol Pada Platform Shopeefood Perspektif Maqāṣid Asy-Syarī‘ah”

Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat beliau.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari berbagai hambatan dan tantangan. Namun berkat doa, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Pd.I., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. Hj. Umi Sumbulah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dwi Hidayatul Firdaus, M.SI., selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ramadhita, M.HI., selaku Dosen Wali penulis selama menempuh studi di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penulis sampaikan banyak terima kasih kepada beliau yang telah memberikan arahan serta motivasi dan nasihat selama menempuh

masa perkuliahan.

5. Ramadhita, M.HI., selaku Dosen Pembimbing dalam pengerjaan skripsi ini. Penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas waktu yang telah beliau luangkan, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, memberikan masukan, serta arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dewan penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Fakultas Syariah serta segenap karyawan dan staf administrasi yang telah memberikan ilmu, pelayanan, dan bantuan selama masa studi.
8. Kedua orang tua (ayah dan ibu), terima kasih atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Meskipun ayah dan ibu tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, namun ayah dan ibu selalu memberikan yang terbaik. Yang tidak pernah lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anaknya.
9. Om dan tante, terima kasih sudah menjadi orang tua kedua penulis, yang selalu ada dan memberikan motivasi, memastikan kalau semua baik-baik saja dan memfasilitasi apa yang penulis butuhkan.
10. Tante Faradhina M. Raqiztya, terima kasih sudah menjadi motivator untuk penulis, yang selalu memberikan semangat dan meyakinkan bahwa semuanya pasti bisa dilalui.
11. Sahabat penulis, Cindy Alliyah Fitri yang selalu ada dan menjadi tempat bercerita, memberikan semangat, dan kebersamaan penulis selama

mengerjakan skripsi.

12. Tetangga Muria 2, Shabrina Amalia, Nadira Lintang Salsabila dan Mutiara Azzahra Chalisya Putri yang selalu memberikan bantuan dan pertolongan saat penulis membutuhkan.
13. Teman produktif, Faiz Lailatul Fitriyah, Ninta Karina Berutu, Farah Sya'bania Chauzaqi, yang selalu menemani dan kebersamai penulis dari di ma'had sampai sekarang.
14. Teman KKM Dhouatul Maulidiyah, yang selalu menemani dan kebersamai penulis selama merantau di Malang.
15. Teman-teman Cinnamon, Siti Fatimah dan Afifah Dwi Kurnia, yang selalu memberikan support, kebersamai, dan menemani penulis selama ini.
16. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun turut membantu dalam penyusunan skripsi ini.
17. Tidak lupa untuk Jami'atul Istiqomah, diri saya sendiri, terima kasih telah bertahan sejauh ini, terima kasih telah memeluk diri sendiri saat dunia terasa terlalu gaduh untuk memberi ruang, terima kasih untuk semua luka yang tidak kamu tunjukkan. Kamu adalah saksi air mata yang disembunyikan dari doa-doa yang hanya berani dipanjatkan dalam gelap. Aku bangga dengan kamu, bukan karena kamu sempurna, tapi karena kamu mampu bertahan disaat semua alasan untuk menyerah begitu banyak. Teruslah berjalan meski perlahan, asal tidak berhenti.

Penulis berharap karya ini diharapkan memberi nilai guna bagi para pembaca dan turut mendukung perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang perlindungan konsumen dan hukum ekonomi syariah.

Malang, 18 Mei 2026
Penulis,

Jami'atul Istiqomah
NIM 220202110072

PEDOMAN TRANSLITERASI

Dalam penulisan karya ilmiah, penggunaan istilah asing kerap tidak dihindarkan. Secara umum sesuai Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia kata asing ditulis (dicetak) miring. Dalam konteks Bahasa Arab, terdapat pedoman transliterasi khusus yang berlaku internasional. Berikut ini disajikan tabel pedoman transliterasi sebagai acuan penulisan karya ilmiah. Transliterasi Arab-Indonesia Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah berpedoman pada model Library of Congress (LC) Amerika Serikat sebagai berikut:

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
أ	`	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	'
ث	th	غ	gh
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	dh	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h

ش	sh	ء	,
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang (madd), maka caranya dengan menuliskan coretan horisontal di atas huruf, seperti ā, ī dan ū. (أ, ي, و). Bunyi hidup dobel Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf “ay” dan “aw” seperti layyinah, lawwāmah. Kata yang berakhiran tā’ marbūṭah dan berfungsi sebagai sifat atau muḍāf ilayh ditransliterasikan dengan “ah”, sedangkan yang berfungsi sebagai muḍāf ditransliterasikan dengan “at”.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

LEMBAR PENGAJUAN

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... ii

HALAMAN PERSETUJUANiii

BUKTI KONSULTASI..... iv

HALAMAN PENGESAHAN v

MOTTO vi

KATA PENGANTAR..... vii

PEDOMAN TRANSLITERASI..... xi

DAFTAR ISIxiii

DAFTAR TABEL xv

ABSTRAK..... xvi

ABSTRACT xvii

ملخص..... xviii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 9

C. Tujuan Penelitian 10

D. Manfaat Penelitian..... 10

E. Metode Penelitian..... 11

F. Penelitian Terdahulu..... 18

G. Sistematika Pembahasan..... 27

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	29
A. Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol di Indonesia	29
B. Perdagangan Elektronik di Indonesia dan Problematikanya	33
C. Teori Kepastian Hukum.....	38
D. Maqāṣid Asy-Syarī'ah dan Kriteria Penggunaannya dalam Perdagangan Kontemporer	40
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Pengaturan Hukum Positif di Indonesia terhadap Penjualan Minuman Beralkohol melalui Platform Marketplace	49
B. Analisis Maqāṣid Asy-Syarī'ah terhadap Penjualan Minuman Beralkohol pada Platform Marketplace.....	61
BAB IV PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	22
-------------------------------------	----

ABSTRAK

Jami'atul Istiqomah, 220202110072. Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol Pada Platform Shopeefood Perspektif Maqāsid Asy-Syarī'ah. Skripsi, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing: Ramadhita, M.HI.

Kata Kunci: Minuman Beralkohol, Platform Marketplace, Maqāsid Asy-Syarī'ah, Kekosongan Norma, Hukum Positif

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya perkembangan teknologi digital telah berkembang sangat pesat sehingga dapat mengubah cara masyarakat untuk belanja, termasuk dalam hal pembelian minuman beralkohol yang sekarang bisa dilakukan secara bebas melalui *platform marketplace* seperti Shopeefood. Sehingga menimbulkan permasalahan karena di satu sisi Indonesia sudah memiliki peraturan yang cukup tegas untuk penjualan minuman beralkohol secara konvensional, namun di sisi lain belum ada satupun regulasi yang secara khusus dan menyeluruh mengatur penjualan minuman beralkohol dalam ekosistem perdagangan digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan hukum positif Indonesia terhadap penjualan minuman beralkohol melalui *platform marketplace* dan menganalisis penjualan minuman beralkohol pada *platform marketplace* dari perspektif *Maqāsid Asy-Syarī'ah*.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan. Bahan hukum yang digunakan terdiri dari bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan, serta bahan hukum sekunder berupa literatur, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian. Analisis dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan mengecek sinkronisasi antar regulasi yang ada secara vertikal dan horizontal untuk menemukan ada dan tidaknya kekosongan norma, kemudian hasilnya dianalisis menggunakan pandangan *Maqāsid Asy-Syarī'ah*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaturan hukum positif di Indonesia terhadap penjualan minuman beralkohol melalui *platform marketplace* mengalami kekosongan norma karena tidak ada satupun regulasi yang secara khusus mengatur penjualan minuman beralkohol pada *platform marketplace*. Dari perspektif *Maqāsid Asy-Syarī'ah*, kondisi ini bertentangan dengan lima unsur pokok *al-kulliyāt al-khams* karena penjualan minuman beralkohol yang bebas di ruang digital secara langsung bisa berisiko mengenai *ḥifẓ al-ʿaql*, *ḥifẓ an-nasl*, *ḥifẓ al-nafs*, *ḥifẓ al-māl*, dan *ḥifẓ al-dīn*. Oleh karena itu Pembentukan regulasi yang sesuai dan efektif untuk mengatur penjualan minuman beralkohol di *platform marketplace* adalah kewajiban yang mendesak dan tidak bisa ditunda lebih lama lagi.

ABSTRACT

Jami'atul Istiqomah, 220202110072. Regulation of Alcoholic Beverage Sales on Ma Platforms from the Perspective of Maqāṣid Asy-Syarī'ah. Thesis, Department of Sharia Economic Law, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University, Malang. Advisor: Ramadhita, M.HI.

Keywords: Alcoholic Beverages, Marketplace Platforms, Maqashid al-Sharia, Regulatory Vacuum, Positive Law

This study is motivated by the rapid development of digital technology, which has transformed the way people shop, including the purchase of alcoholic beverages, which can now be freely made through *marketplace platforms* such as ShopeeFood. This has raised issues because, on the one hand, Indonesia already has fairly strict regulations regarding the conventional sale of alcoholic beverages, yet on the other hand, there is currently no specific or comprehensive regulation governing the sale of alcoholic beverages within the digital commerce ecosystem. This study aims to analyze Indonesia's positive legal framework regarding the sale of alcoholic beverages through *marketplace platforms* and to analyze the sale of alcoholic beverages on these platforms from the perspective of *Maqāṣid Asy-Syarī'ah*.

This study employs a normative legal research design with a legislative approach. The legal materials used consist of primary legal sources, such as laws and regulations, as well as secondary legal sources, including literature, academic journals, and previous research related to the research topic. The analysis was conducted by collecting data and examining the vertical and horizontal consistency among existing regulations to identify the presence or absence of legal gaps, after which the results were analyzed using the *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* perspective.

Research findings indicate that Indonesia's positive law regarding the sale of alcoholic beverages through *marketplace platforms* suffers from a regulatory vacuum, as there are no regulations specifically governing the sale of alcoholic beverages on such platforms. From the perspective of *Maqāṣid Asy-Syarī'ah*, this situation contradicts the five fundamental principles of *al-kulliyāt al-khams*, as the unrestricted sale of alcoholic beverages in the digital space poses a direct risk to *hifdz al- 'aql*, *hifẓ an-nasl*, *hifẓ al-nafs*, *hifẓ al-māl*, and *hifẓ al-dīn*. Therefore, the establishment of appropriate and effective regulations to govern the sale of alcoholic beverages on marketplace platforms is an urgent obligation that cannot be delayed any longer.

ملخص

جامعة الاستقامة، 220202110072. تنظيم مبيعات المشروبات الكحولية على منصة شوبيفود من منظور المقاصد الشرعية. رسالة ماجستير، قسم القانون الاقتصادي الإسلامي، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية في مالانج، المشرفة: رامادهيتا، ماجستير في القانون الإسلامي.

الكلمات المفتاحية: المشروبات الكحولية، منصات السوق الإلكترونية، مقاصد الشريعة، فراغ قانوني، القانون الوضعي

تستند هذه الدراسة إلى التطور السريع للغاية للتكنولوجيا الرقمية، والذي أدى إلى تغيير طريقة تسوق المجتمع، بما في ذلك شراء المشروبات الكحولية التي يمكن الآن شراؤها بحرية عبر منصات السوق الإلكترونية مثل ShopeeFood. مما يثير مشكلة لأن إندونيسيا، من ناحية، لديها بالفعل لوائح صارمة بما يكفي لبيع المشروبات الكحولية بالطرق التقليدية، ولكن من ناحية أخرى، لا توجد حتى الآن أي لوائح تنظم بشكل خاص وشامل بيع المشروبات الكحولية في بيئة التجارة الرقمية. يهدف هذا البحث إلى تحليل التنظيم القانوني الإيجابي في إندونيسيا فيما يتعلق ببيع المشروبات الكحولية عبر منصات السوق الإلكترونية، وتحليل بيع المشروبات الكحولية على منصات السوق الإلكترونية من منظور مقاصد الشريعة.

يستخدم هذا البحث نهج البحث القانوني المعياري مع اتباع نهج تشريعي. وتتألف المصادر القانونية المستخدمة من مصادر أولية تتمثل في القوانين واللوائح، بالإضافة إلى مصادر ثانوية تتمثل في المؤلفات والمجلات العلمية والأبحاث السابقة ذات الصلة بموضوع البحث. يتم إجراء التحليل من خلال جمع البيانات والتحقق من التوافق بين اللوائح القائمة عمودياً وأفقياً لتحديد وجود أو عدم وجود فجوات في القواعد، ثم يتم تحليل النتائج باستخدام منظور مقاصد الشريعة.

أظهرت نتائج البحث أن التشريعات الإيجابية في إندونيسيا المتعلقة ببيع المشروبات الكحولية عبر منصات السوق الإلكترونية تعاني من فراغ قانوني، حيث لا توجد أي لائحة تنظم بشكل خاص بيع المشروبات الكحولية على منصات السوق الإلكترونية. من منظور مقاصد الشريعة، يتعارض هذا الوضع مع العناصر الخمسة الأساسية للكلية الخمسة، لأن بيع المشروبات الكحولية بحرية في الفضاء الرقمي يمكن أن يشكل خطراً مباشراً على حفظ العقل، وحفظ النسل، وحفظ النفس، وحفظ المال، وحفظ الدين. لذلك، فإن وضع لوائح مناسبة وفعالة لتنظيم بيع المشروبات الكحولية على منصات السوق الإلكترونية هو واجب ملح ولا يمكن تأجيله أكثر من ذلك.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang fundamental dalam sistem perdagangan di Indonesia. Aktivitas perdagangan berubah dari sistem tatap muka beralih menjadi perdagangan berbasis *platform digital*. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, jumlah usaha *e-commerce* di Indonesia terus mengalami peningkatan signifikan, dimana pada tahun 2023 nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia tercatat mencapai Rp 453,75 triliun.¹ Peningkatan jumlah *platform* aplikasi belanja secara daring tersebut juga dibarengi dengan meningkatnya jumlah pengguna layanannya, dimana data digital 2024 di Indonesia mencatat pengguna internet aktif telah mencapai 221 orang dengan lebih dari 60% di antaranya melakukan transaksi belanja online secara rutin.

Perkembangan ekosistem perdagangan digital mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Meskipun demikian, perkembangan tersebut memunculkan hukum. Peredaran komoditas terkontrol menjadi semakin mudah diperjualbelikan secara daring tanpa pengaswasan yang memadai.² *Platform* layanan pesan antar makanan dan minuman seperti ShopeeFood kini secara terang-terangan menyediakan fitur pembelian minuman beralkohol secara online dengan layanan

¹ Adam Luthfi Kusumatriana, "Statistik E-Commerce 2023," ed. Fadhlullah (Jakarta: Badan Pusat Statistik BPS-Statistic Indonesia, 2025).

² Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, ed. I Putu Mertadan (Denpasar Bali: Udayana University Press, 2020).

pengiriman langsung ke rumah konsumen.³ Hal ini menimbulkan pertanyaan mendasar dari perspektif hukum, yakni bagaimana kerangka regulasi yang mengatur penjualan minuman beralkohol melalui *marketplace digital* tersebut dan apakah regulasi yang ada telah memadai untuk menjamin kepastian hukum serta perlindungan bagi masyarakat.

Indonesia sebenarnya sudah memiliki sejumlah regulasi yang mengatur minuman beralkohol. Di antaranya adalah Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, dan Penjualan Minuman Beralkohol yang Mengatur perizinan penjual dan kategori penjualan, namun orientasinya masih bertumpu pada penjualan fisik dan belum menyesuaikan karakteristik perdagangan digital.⁴ Peraturan BPOM Nomor 8 Tahun 2020 Pasal 29 mengenai ketentuan yang mengatur minuman beralkohol dalam perdagangan daring, namun penerapan pasal tersebut ditarik tiga bulan setelah ditetapkan, sehingga meninggalkan kekosongan regulasi yang semakin nyata.⁵ Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik juga belum secara tegas mengatur mekanisme penjualan komoditas terkontrol pada *platform marketplace*. Kondisi ini menegaskan bahwa

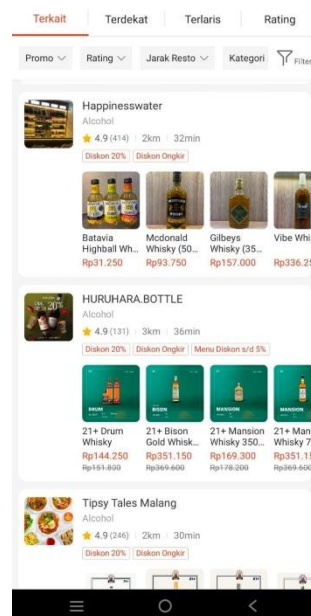
³ Imam Lukito, "Tantangan Hukum Dan Peran Pemerintah Dalam Pembangunan E-Commerce," *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, 2017, 349–67,

⁴ "Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2019 Tentang Perubahan Keenam Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20/M-Dag/ Per/4/2014 Tentang Pengendalian Dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, Dan Penjualan Minuman Beralkohol," 2019.

⁵ BPOM RI, "Pedoman Pengelolaan Obat Dan Bahan Pangan. Jakarta: BPOM RI," *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2020*.

terdapat kekosongan norma yang nyata dimana regulasi yang berlaku tidak mampu menjangkau aspek penjualan minuman

beralkohol pada *platform digital* secara menyeluruh.⁶



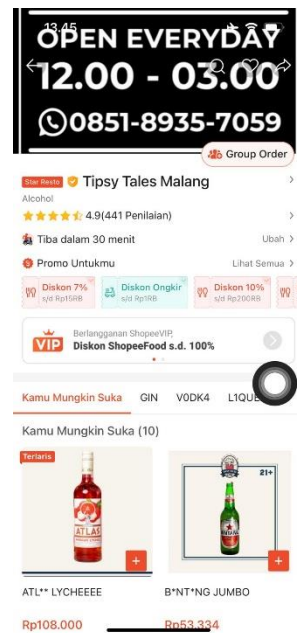
Gambar 1: Tampilan penjualan minuman beralkohol pada aplikasi ShopeeFood

Gambar diatas memperlihatkan bahwa minuman beralkohol terbuka di aplikasi ShopeeFood dan bisa ditemukan dengan mudah hanya dengan melakukan pencarian biasa di aplikasi ShopeeFood. Terdapat tiga toko yang muncul dalam pencarian, yaitu Happinesswater, HURUHARA BOTTLE, dan Topsy Tales Malang, yang ketiganya sama-sama memiliki rating sangat tinggi yaitu 4,9 dengan jumlah ulasan ratusan hingga ribuan, menandakan bahwa toko-toko tersebut telah beroperasi dan memiliki pelanggan yang cukup banyak. Yang lebih menarik lagi adalah toko-toko ini secara aktif menawarkan berbagai diskon 20%, gratis ongkos

⁶ “Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023, Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik,” 2023, 1–29.

kirim, sampai menu diskon tambahan, layaknya toko daring pada umumnya yang menjual produk tanpa ada batasan

khusus.



Gambar 2: Tampilan penjualan minuman beralkohol pada aplikasi ShopeeFood

Gambar di atas menampilkan halaman toko Tipsy Tales Malang yang bahkan sudah mendapat label *Star Resto* dari aplikasi shopeefood, sebuah penghargaan yang diberikan kepada toko dengan performa penjualan terbaik di aplikasi tersebut. Toko ini buka setiap hari tanpa tutup, dari pukul 12.00 hingga 03.00 dini hari dengan 441 penilaian dari pembeli yang membuktikan bahwa transaksi di toko ini sudah sering terjadi. Dari sisi promosi, toko ini menawarkan berbagai diskon yang cukup menggiurkan, mulai dari diskom 7%, gratis ongkos kirim, diskon 10% hingga Rp 200.000, bahkan bagi pengguna Shopee VIP bisa mendapatkan diskon hingga 100%, dengan adanya diskon seperti itu semakin

mendorong orang untuk membeli minuman beralkohol secara online dengan lebih mudah dan murah.

Urgensi pengaturan yang berbeda antara penjualan online dan penjualan offline bertumpu pada perbedaan karakteristik yang mendasar antara keduanya. Dalam perdagangan offline, pengawasan dapat dilakukan secara langsung melalui pemeriksaan fisik ke tempat usaha, verifikasi kartu identitas pembeli, dan bisa terkontrol pada jam operasional toko. Selain itu, penjualan minuman beralkohol secara offline juga sudah diatur melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 yang mewajibkan setiap untuk memiliki izin usaha khususnya minuman beralkohol.⁷ Toko minuman beralkohol seharusnya berdiri pada lokasi yang tidak berdekatan dengan tempat ibadah, sekolah, rumah sakit, dan kawasan pemukiman yang padat penduduk. Semua ketentuan diatas bisa diawasi dan ditegakkan karena ada tempat fisik yang bisa didatangi, ada petugas yang bisa turun langsung, dan ada identitas penjual yang jelas dan terdata.

Berbeda dengan penjualan offline, penjualan minuman beralkohol secara online jauh lebih sulit diawasi. Siapapun bisa membuka aplikasi dan memesan minuman beralkohol kapan saja tanpa perlu bertatap muka dengan penjual, tidak ada petugas yang datang memeriksa, dan tidak ada batas wilayah yang menghalangi pada saat membeli. Kondisi inilah yang membuat penjualan minuman beralkohol secara online menjadi jauh lebih berisiko dibandingkan minuman beralkohol secara

⁷ “Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2019 Tentang Perubahan Keenam Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20/M-Dag/ Per/4/2014 Tentang Pengendalian Dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, Dan Penjualan Minuman Beralkohol.”

offline. Oleh karena itu, regulasi penjualan minuman beralkohol secara online membutuhkan pendekatan dan instrumen hukum yang berbeda dan lebih spesifik dibandingkan regulasi penjualan secara offline.⁸

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) memang telah mengakui keberadaan perdagangan elektronik sebagai suatu objek tersendiri yang memerlukan pengaturan khusus.⁹ Namun demikian, regulasi tersebut bersifat umum dan tidak secara spesifik mengatur komoditas terkontrol seperti minuman beralkohol. Inilah yang membedakan kebutuhan pengaturan antara ranah online dan offline. Bahwa karakteristik digital yang bersifat anonim, lintas batas, dan sulit dipantau secara fisik menuntut adanya instrumen hukum yang Berbagai penelitian terdahulu telah meneliti dan mendokumentasikan persoalan hukum yang berkaitan dengan penjualan minuman beralkohol, baik di ranah konvensional maupun di *platform digital*. Penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Ayu Millenia Tamara menyimpulkan bahwa penjualan minuman beralkohol melalui *platform e-commerce* hanya dilarang melalui surat edaran Kominfo Nomor 5 tahun 2016, yang secara hierarki hukum bersifat *pseudo legislation* atau legislasi semu sehingga tidak mampu memberikan kepastian hukum yang memadai dan tidak efektif dalam mengendalikan peredaran minuman beralkohol secara online.¹⁰ Sejalan dengan itu, I Gusti Ayu Agung Dwi Candra menemukan adanya kekosongan norma yang ada hanya berpengaruh dalam

⁸ Pingkan Audrine, "Reformasi Kebijakan Untuk Akses Online Minuman Beralkohol Yang Aman Di Indonesia," *Center for Indonesian Policy Studies*, no. 31 (2021).

⁹ Peraturan Pemerintah No 80, "Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik," 2019.

¹⁰ Gusti Ayu and Millenia Tamara, "Kebijakan Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol Melalui Platform E-Commerce," *Jurnal Kertha Desa* 10, no. 3 (2016): 211–22.

pengaturan pengawasan peredaran jual beli minuman beralkohol secara online, dimana yang ada hanya mengatur subjek yang berwenang melakukan pengawasan namun tidak memuat bentuk nyata kegiatan pengawasan yang harus dilakukan, sehingga menimbulkan urgensi untuk membentuk regulasi baru yang lebih komprehensif.¹¹

Penelitian ini secara khusus membatasi objek kajian pada platform shopeefood sebagai salah satu layanan *marketplace digital* yang menyediakan fitur pemesanan dan pengantaran makanan serta minuman, termasuk minuman beralkohol di wilayah tertentu. Pembatasan ini dilakukan karena shopeefood merupakan platform yang menunjukkan adanya praktik penjualan minuman beralkohol yang dapat diamati secara langsung melalui sistem aplikasinya, sehingga dapat menjadi contoh yang sesuai untuk mengkaji kecukupan pengaturan hukum yang berlaku.

Permasalahan yang dihadapi tidak hanya berupa kekosongan hukum, tetapi juga mencakup pertentangan dan tumpang tindih regulasi yang ada. Penelitian pingkan Audrine menyimpulkan bahwa pertentangan antar regulasi menyebabkan ketidakpastian hukum dalam penjualan minuman beralkohol secara online di Indonesia, yang mengakibatkan *platform e-commerce* cenderung enggan mengizinkan penjualan alkohol yang sebenarnya legal, dan kondisi ini justru menemukan ketidaksinkronan antara regulasi dan pelaksanaan hukum, khususnya

¹¹ I Gusti Ayu Agung Dwi Candra and I Nengah Suantra, "Urgensi Pengaturan Pengawasan Terhadap Peredaran Jual-Beli Minuman Beralkohol Secara Daring/Online," *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum* 9, no. 1 (2021): 1–11.

dalam penanganan barang sitaan minuman beralkohol impor ilegal, akibat kurangnya koordinasi antar instansi seperti BPOM, Kemendag, Bea Cukai, serta tumpang tindih peraturan pusat dan daerah.¹²

Dari perspektif hukum Islam, persoalan penjualan minuman beralkohol memiliki relevansi langsung dengan konsep *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* sebagai tujuan pokok syariat. Al- Qur'an secara tegas mengharamkan khamr dan segala yang memabukkan. Imam Al-Ghazali dan mayoritas ulama ushul fiqh merumuskan bahwa tujuan pokok syariat Islam adalah melindungi lima hal mendasar yaitu perlindungan agama (*ḥifẓ al-dīn*), perlindungan jiwa (*ḥifẓ al-naḥs*), perlindungan akal (*ḥifẓ al- 'aql*), perlindungan keturunan (*ḥifẓ an-nasl*), dan perlindungan harta (*ḥifẓ al-māl*).¹³ Pengharaman minuman beralkohol dalam Islam secara langsung berkaitan dengan perlindungan akal sebagai salah satu dari lima tujuan utama syariat tersebut. Menjadikan pembentukan regulasi yang membatasi dan mengawasi penjualan minuman beralkohol secara online sebagai suatu kepastian dalam perspektif hukum Islam.¹⁴

Berbagai penelitian terdahulu sebagaimana telah diuraikan di atas pada umumnya menggunakan metode yuridis normatif, namun fokus kajiannya masih belum lengkap. Sebagian berfokus pada aspek penegakan hukum di daerah tertentu, sebagian lagi mengkaji *platform e-commerce* secara umum, dan belum ada yang

¹² Audrine, "Reformasi Kebijakan Untuk Akses Online Minuman Beralkohol Yang Aman Di Indonesia."

¹³ Muhammad Ikhlas Rosele, Syed Mohd Jeffri Syed Jaafar, and Mohd Anuar Ramli, "Prinsip-Prinsip Halal Dan Haram Menurut Yusuf Al-Qaradawi," n.d., 118–25.

¹⁴ Hasan Bisri, *Struktur Konseptual Ushul Fiqh*, ed. Iendy Zelvian Adhari, vol. 15 (Bandung: Grup CV. Widina Media Utama, 2021).

secara khusus menggabungkan perspektif *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* sebagai bahan analisis terhadap regulasi penjualan minuman beralkohol pada *platform marketplace*. Penelitian ini bermaksud mengisi celah tersebut dengan menganalisis kerangka normatif pengaturan penjualan minuman beralkohol pada *platform marketplace* di Indonesia dan Merumuskan model pengaturan yang ideal berdasarkan perspektif *Maqāṣid Asy-Syarī'ah*.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat permasalahan hukum yang serius terkait dengan kekosongan norma, pertentangan regulasi, dan tidak adanya kerangka hukum yang komprehensif dan mengatur penjualan minuman beralkohol melalui *platform marketplace* di Indonesia, kondisi ini mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol pada *Platform Marketplace* Perspektif *Maqāṣid Asy-Syarī'ah*”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah yang sesuai dalam pengembangan regulasi perdagangan elektronik di Indonesia, khususnya yang berkaitan dengan komoditas yang memiliki implikasi hukum dan sosial yang luas seperti minuman beralkohol.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaturan hukum positif di Indonesia terhadap penjualan minuman beralkohol melalui *platform marketplace*?
2. Bagaimana analisis *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* terhadap penjualan minuman beralkohol pada *platform marketplace*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan pengaturan hukum positif di Indonesia terhadap penjualan minuman beralkohol melalui *platform marketplace*.
2. Untuk menjelaskan *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* terhadap pengaturan penjualan minuman beralkohol pada *platform marketplace*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam bidang hukum ekonomi syariah dan hukum perdagangan melalui elektronik. Hasil penelitian ini dapat memberikan pelajaran mengenai penerapan konsep *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* sebagai kerangka analisis dalam menilai regulasi perdagangan digital di Indonesia. Serta memberikan landasan teoritis bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan hukum normatif terkait kekosongan norma (*rechtsvacuum*) dalam pengaturan penjualan minuman beralkohol pada *platform marketplace*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang positif bagi pembentuk regulasi, khususnya Kementerian Perdagangan, Badan Pengawas Obat dan Makanan, serta lembaga terkait lainnya dalam merumuskan regulasi yang komprehensif dan memiliki kepastian hukum terkait penjualan minuman beralkohol melalui *platform marketplace*. Selain

itu, penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi penyelenggara *platform marketplace* dalam memahami sejauh mana tanggung jawab hukum sebagai penyedia sistem terhadap produk-produk yang diperjualbelikan di dalam *platform marketplace*. Hal ini mencakup kewajiban pengawasan terhadap produk yang dijual, pembatasan akses terhadap komoditas terkontrol seperti minuman beralkohol serta penerapan mekanisme verifikasi yang memadai.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan langkah-langkah sistematis yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Adapun metode penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif (*normative legal research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengkaji dan menganalisis bahan-bahan hukum yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Pendekatan ini dipilih karena objek utama yang diteliti adalah norma hukum, yaitu ada atau tidaknya aturan yang secara khusus mengatur penjualan minuman beralkohol pada *platform marketplace*. kenyataanya hingga saat ini belum ditemukan satu pun regulasi yang secara spesifik mengatur hal tersebut sehingga terdapat kekosongan norma (*rechtsvacuum*) yang perlu dikaji secara mendalam. Kekosongan norma inilah yang menjadi fokus permasalahan utama penelitian ini untuk kemudian menganalisis regulasi-regulasi yang ada

sebagai bahan perbandingan, lalu merumuskan bagaimana seharusnya pengaturan yang ideal itu dibentuk.¹⁵ Seluruh proses analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perspektif *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* sebagai bahan analisis untuk menilai apakah regulasi yang ada maupun yang akan dirumuskan sudah selaras dengan tujuan-tujuan pokok syariat islam dalam melindungi kemaslahatan masyarakat. Pendekatan Penelitian

2. Pendekatan Penelitian

Dalam menggali informasi mengenai suatu topik yang diteliti dibutuhkan pendekatan penelitian agar sebuah penelitian dapat menyajikan data akurat. Pada penelitian ini ditempuh dengan menggunakan metode pendekatan ilmu hukum yaitu:

a. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*)

Pendekatan konseptual dilakukan dengan merujuk pada doktrin-doktrin dan prinsip-prinsip hukum yang berkembang dalam ilmu hukum. Pendekatan ini digunakan untuk membangun argumentasi hukum dalam memecahkan isu yang dihadapi. Dalam penelitian ini, pendekatan konseptual digunakan untuk menganalisis konsep-konsep hukum yang relevan, seperti konsep kepastian hukum, konsep kekosongan norma, serta konsep *Maqāṣid Asy-Syarī'ah*, khususnya *hifdz al- 'aql* (perlindungan akal) dan *hifz al-māl* (perlindungan harta). Melalui pendekatan ini, peneliti dapat

¹⁵ Gunardi, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta Selatan: Damera Press, 2022).

menemukan ide-ide yang mendasari suatu sistem hukum sehingga dapat digunakan sebagai pijakan untuk membangun argumentasi dalam merumuskan pengaturan yang ideal.

b. Pendekatan Perundang-Undangan (*Statute Approach*)

Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan dengan isu hukum yang sedang diteliti, kemudian mengecek apakah peraturan-peraturan tersebut sudah sinkron antara satu sama yang lain atau justru ada yang saling bertentangan. Pengecekan ini dilakukan dari dua arah, pertama dari atas ke bawah yaitu mengecek apakah peraturan yang lebih rendah sudah sesuai dengan peraturan yang lebih tinggi, dan kedua dari samping mengecek apakah peraturan-peraturan yang setingkat sudah sejalan dan tidak saling tumpang tindih.

Peter Mahmud Marzuki menyatakan bahwa peneliti harus memahami asas-asas peraturan perundang-undangan agar bisa menemukan apakah ada kekosongan norma atau ada aturan yang saling bertentangan. Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji regulasi-regulasi yang berkaitan dengan penjualan minuman beralkohol dan perdagangan elektronik di Indonesia, antara lain Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019, Peraturan Menteri

Perdagangan Nomor 31 tahun 2023, serta Peraturan BPOM Nomor 8 Tahun 2020, digunakan untuk mengidentifikasi ada tidaknya kekosongan norma, pertentangan, maupun ketidaksinkronan antar peraturan yang berlaku.¹⁶

3. Sumber Bahan Hukum

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mempunyai kekuatan mengikat secara yuridis dan bersumber langsung dari peraturan perundang-undangan yang berlaku. Menurut Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji adalah bahan hukum yang mengikat salah satunya adalah peraturan perundang-undangan.¹⁷ Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) tentang Perdagangan Melalui Sistem elektronik,¹⁸ Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 tentang Pengendalian dan Pengawasan terhadap Pengadaan, Peredaran, dan Penjualan Minuman Beralkohol,¹⁹ Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagaimana diubah dengan undang-undang Nomor 19

¹⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum: Edisi Revisi* (Jakarta: Prenada Media, 2017), <https://books.google.co.id/books?id=CKZADwAAQBAJ>.

¹⁷ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* (Mataram: Mataram University Press, 2020).

¹⁸ Peraturan Pemerintah No 80, "Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik."

¹⁹ "Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2019 Tentang Perubahan Keenam Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20/M-Dag/ Per/4/2014 Tentang Pengendalian Dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, Dan Penjualan Minuman Beralkohol."

Tahun 2016 menjadi landasan hukum utama bagi seluruh aktivitas elektronik di Indonesia,²⁰ Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik,²¹ serta Peraturan BPOM Nomor 8 Tahun 2020 tentang Pengawasan Obat dan Makanan Yang Diedarkan Secara Daring.²²

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang memberikan penjelasan dan analisis terhadap bahan primer serta membantu peneliti dalam memahami dan menganalisis bahan hukum primer secara mendalam. Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku-buku tentang hukum, jurnal hukum, hasil penelitian terdahulu, artikel ilmiah, kamus hukum, serta literatur keislaman yang berkaitan dengan *Maqāṣid Asy-Syarī'ah*²³

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang memberikan petunjuk atau penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum tersier yang digunakan dalam penelitian ini

²⁰ “UNDang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik,”

²¹ “Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023, Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.”

²² BPOM RI, “Pedoman Pengelolaan Obat Dan Bahan Pangan. Jakarta: BPOM RI.”

²³ Gunardi, *Metode Penelitian Hukum*.

meliputi kamus hukum, ensiklopedia hukum, kamus bahasa arab, serta beberapa sumber hukum dari internet yang terpercaya seperti website hukum atau website keilmuan lain yang khusus membahas tentang bidang keilmuannya.²⁴

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan (*library research*) atau studi dokumen. Studi dokumen dilakukan dengan cara mengumpulkan, mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan menganalisis bahan-bahan hukum yang relevan dengan permasalahan penelitian, baik bahan hukum primer, sekunder, maupun tersier. Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui penelusuran terhadap berbagai sumber, yaitu peraturan perundang-undangan yang terdapat dalam lembaran negara, putusan pengadilan, buku-buku hukum, jurnal ilmiah yang terindeks baik nasional maupun internasional, serta literatur keislaman klasik dan kontemporer yang berkaitan dengan *Maqāṣid Asy-Syarī'ah*. Seluruh bahan hukum yang terkumpul kemudian dicatat secara sistematis dan diklasifikasikan berdasarkan jenisnya dan relevansinya dengan rumusan masalah untuk memudahkan proses analisis, sebab hal ini sangat menentukan hasil dari suatu penelitian.²⁵

5. Teknik Analisis Data

²⁴ Nur Solikin, *Pengantar Metodeolgi Penelitian Hukum* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2021).

²⁵ Fence M. Wantu, *Pengantar Ilmu Hukum, Revita Cendekia*, vol. 22 (Gorontalo: Reviva Cendekia, 2015).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan hukum normatif yang mana dengan hal ini berarti peneliti menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif yaitu melakukan analisis data yang dikumpulkan berdasarkan topik permasalahan tertentu yang selanjutnya dikaitkan dengan literatur-literatur dan doktrin para ahli atau juga dikaitkan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam hal ini, prinsip-prinsip *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* dan teori kepastian hukum digunakan sebagai hipotesis umum yang kemudian digunakan untuk menganalisis kondisi pengaturan penjualan minuman beralkohol pada *platform marketplace* secara khusus.²⁶

Bahan hukum yang telah terkumpul diolah dan dianalisis untuk memahami makna teks peraturan perundang-undangan, memahami hubungan antar peraturan dalam satu sistem hukum, serta untuk menggali tujuan dan maksud dari pembentukan suatu peraturan. Hasil analisis kemudian disajikan secara deskriptif-analitis dalam bentuk uraian yang sistematis dan logis untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan, sehingga pada akhirnya dapat ditarik kesimpulan dan rekomendasi yang bersifat perspektif mengenai model pengaturan ideal penjualan minuman beralkohol pada *platform marketplace* ditinjau dari perspektif *Maqāṣid Asy-Syarī'ah*.

²⁶ Muhammad Syarif et al., *Metode Penelitian Hukum*, ed. Ari Yanto (Kota Padang Sumatera Barat: GET Press Indonesia, 2024).

F. Penelitian Terdahulu

Penulis akan memaparkan penelitian-penelitian sebelumnya yang mempunyai keterkaitan dengan judul skripsi ini. Yang bertujuan sebagai referensi penulis dalam melakukan penelitian ini.

1. Penelitian oleh Farah Fauziah Firdaus dkk, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan penelitian jenis penelitian studi kasus. Hasil dari penelitian ini adalah implementasi peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2021 tentang Penegakan Hukum Peredaran dan Penggunaan Minuman Beralkohol di Kabupateng Bandung belum berjalan optimal. Perda menetapkan sanksi maksimal tiga bulan kurungan atau denda Rp. 50.000.000, namun pelaksanaannya menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan personil, minimnya anggaran, lemahnya koordinasi antar instansi, dan rendahnya kesadaran hukum masyarakat.
2. Penelitian oleh Veivi Nerviani Hetty Walukow dkk, penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dan metode penelitian kepustakaan. Hasil dari penelitian ini adalah penegakan hukum terhadap penjualan minuman beralkohol tanpa izin kepada anak di bawah umur di Desa Matayangan, Kabupaten Bolaang Mongondow belum efektif. Aparat penegak hukum sering hanya memberikan teguran lisan tanpa menerapkan sanksi administratif maupun pidana, sehingga efek jera tidak mencapai dan peredaran minuman beralkohol ilegal dan tetap marak.
3. Penelitian oleh Mulyadi Sinarta Batubara dkk, penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif yang melibatkan penelusuran terhadap peraturan-

peraturan dan literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat ketidaksinkronan antara regulasi dengan pelaksanaan hukum dalam penanganan barang sitaan minuman beralkohol impor ilegal. Lemahnya pengawasan, ketidakkonsistenan penerapan hukum, kurangnya koordinasi antar instansi seperti BPOM, Kemendag, dan Bea cukai, serta tumpang tindih peraturan pusat dan daerah menjadi permasalahan utama yang ditemukan.

4. Penelitian oleh Tanisha Alika Queena Santika, penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual, melalui analisis peraturan menteri dan peraturan daerah. Hasil dari penelitian ini adalah pengaturan penjualan minuman beralkohol melalui *platform* digital di Kota Bandung belum memadai. Terhadap kekosongan norma dalam Permendag dan Perda bandung karena keduanya tidak memasukkan *platform* digital sebagai tempat penjualan yang sah, sehingga diperlukan regulasi baru yang sah, sehingga diperlukan regulasi baru yang secara jelas mengakomodasi perdagangan elektronik.
5. Penelitian oleh M. Thariq Zam Faiz dkk, penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, serta perjanjian. Hasil dari penelitian ini adalah transaksi jual beli minuman keras ilegal secara online melalui *platform* Facebook tidak sah secara hukum karena objek yang diperjualbelikan bertentangan dengan peraturan yang berlaku. Transaksi

tersebut tidak memnuhi syarat sahnya perjanjian dinyatakan batal demi hukum.

6. Penelitian oleh Ahmad Jaelani Danifulhaq dkk, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan post-positivisme untuk mendeskripsikan implementasi penegakan hukum dan hambatan terkait regulasi minuman beralkohol di kabupaten pati. Hasil dari penelitian ini adalah Pemerintah Kabupaten pati menegakkan Perda Nomor 1 Tahun 2023 melalui tim gabungan Satpol PP dan Kepolisian. Namun terdapat hambatan internal berupa keterbatasan SDM, kurangnya kesadaran petugas, dan minimnya sosialisasi, serta hambatan eksternal berupa resistensi masyarakat, kondisi ekonomi, dan mudahnya akses terhadap minuman beralkohol di wilayah tersebut.
7. Penelitian oleh Rifva Putri Abie Sutarya dkk, penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan deksriptif analitis. Hasil dari penelitian ini adalah penyelenggara sistem elektronik seperti Instagram memiliki pertanggungjawaban yang terbatas terhadap konten promosi minuman beralkohol. Konten ilegal sepenuhnya merupakan tanggung jawab pengguna, sementara *platform* hanya berkewajiban menyediakan mekanisme pelaporan, take down konten, dan memenuhi kewajiban administratif yang ditetapkan oleh pemerintah.
8. Penelitian oleh I Gusti Ayu Millenia Tamara dkk, penelitian ini menggunakan metode normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan. Hasil dari penelitian ini adalah penjualan minuman

beralkohol melalui *platform e-commerce* hanya dilarang melalui surat edaran kominfo Nomor 5 tahun 2016. Kedudukan surat edaran tersebut dinilai lemah karena bersifat legislasi semu (*pseudo legislation*), sehingga tidak mampu memberikan kepastian hukum yang memadai dan tidak efektif dalam mengendalikan peredaran minuman beralkohol secara daring.

9. Penelitian oleh Pingkan Audrine, penelitian ini menggunakan metode analisis kebijakan hukum dengan pendekatan reformasi regulasi dan perlindungan konsumen. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pertentangan antar regulasi yang menyebabkan ketidakpastian hukum dalam penjualan minuman beralkohol secara online di Indonesia. Akibatnya, *platform e-commerce* cenderung enggan mengizinkan penjualan alkohol yang sebenarnya legal, dan kondisi ini justru mendorong peningkatan konsumsi alkohol ilegal yang lebih sulit diawasi.
10. Penelitian oleh I Gusti Ayu Agung Dwi Candra dkk, penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat kekosongan norma yang signifikan dalam pengaturan pengawasan peredaran jual beli minuman beralkohol secara daring. Peraturan yang ada hanya mengatur subjek yang berwenang melakukan pengawasan, namun tidak memuat bentuk konkret kegiatan pengawasan yang harus dilakukan, sehingga menimbulkan urgensi untuk membentuk regulasi baru yang lebih komprehensif.

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Jurnal Farah Fauziah Firdaus dkk 2025 berjudul Implementasi Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2021 Tentang Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Peredaran dan Penggunaan Minuman Beralkohol di Kabupaten Bandung Perspektif Siyasah Dusturiyah	Perda menetapkan sanksi maksimal tiga bulan kurungan atau denda Rp 50.000.000, namun implementasinya menghadapi kendala keterbatasan personil, anggaran, lemahnya koordinasi antar instansi, dan rendahnya kesadaran hukum masyarakat	Sama-sama mengkaji permasalahan hukum pengaturan dan pengendalian peredaran minuman beralkohol di Indonesia	Penelitian terdahulu fokus pada implementasi perda di tingkat daerah dan perpektif siyasah dusturiyah, sedangkan penelitian saya berfokus pada pengaturan normatif penjualan secara online pada platform marketplace perspektif Maqāṣid Asy-Syarī'ah
2.	Jurnal Veivi Nerviani Hetty Walukow dkk 2025 berjudul Tinjauan Yuridis Penjualan Minuman Beralkohol Tanpa Izin pada Anak di Bawah Umur di Desa Matayangan Kabupaten Bolaang Mongondow	Penegakan hukum belum efektif karena aparat sering hanya memberikan teguran lisan tanpa menerapkan sanksi administratif maupun pidana, sehingga efek jera tidak tercapai dan peredaran minuman beralkohol ilegal tetap marak	Sama-sama membahas penjualan minuman beralkohol kepada pihak yang tidak berhak secara hukum dan urgensi penegakan sanksi yang tegas	Penelitian terdahulu fokus pada penjualan konvensional (offline) kepada anak dibawah umur di wilayah tertentu. Sedangkan penelitian saya berfokus pada distribusi digital tanpa batas geografis dengan perspektif

No	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
				Maqāṣid Asy-Syarī'ah
3.	Jurnal Mulyadi Sinarta Batubara dkk 2025 berjudul Kebijakan Peraturan Barang Sitaan Atas Minuman Beralkohol Impor Tanpa Izin Edar Di Indonesia	Terdapat ketidaksinkronan antara regulasi dengan pelaksanaan hukum, lemahnya pengawasan, inkonsistensi penerapan hukum, kurangnya koordinasi antar instansi (BPOM, Kemendag, Bea Cukai), dan tumpang tindih peraturan pusat daerah	Sama-sama menggunakan metode yuridis normatif dan mengidentifikasi tumpang tindih serta ketidaksinkronan regulasi minuman veralkohol di Indonesia	Penelitian terdahulu fokus pada penanganan barang sitaan dalam perkara pidana, sedangkan penelitian saya berfokus pada kekosongan norma penjualan minuman beralkohol pada platform marketplace dengan perspektif Maqāṣid Asy-Syarī'ah
4.	Tanisha Alika Queena Santika 2024 berjudul pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol Melalui <i>Platfrom</i> Digital di Kota Bandung Berdasarkan Perundang-undangan Terkait	Peraturan saat ini belum memadai untuk mengatur penjualan alkohol secara online, terdapat kekosongan norma dalam Permendag dan Perda Bandung yang tidak memasukkan <i>platfrom</i> digital sebagai tempat penjualan yang sah	Sama-sama mengkaji kekosongan norma pengaturan penjualan minuman beralkohol melalui platform marketplace dengan metode yuridis normatif	Penelitian terdahulu fokus pada keterbatasan pada permendag dan perda bandung tanpa perspektif Maqāṣid Asy-Syarī'ah, sedangkan penelitian saya berfokus pada mencakup regulasi nasional dan mengintegrasikan

No	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
				kan Maqāsid Asy-Syarī'ah sebagai pisau analisis utama
5.	Jurnal M. Thariq Zam Faiz dkk 2024 berjudul Tinjauan Yuridis Transaksi Jual Beli Minuman Keras Ilegal Secara Online Melalui Platform Facebook Berdasarkan Perda Jawa Timur Nomor 6 Tahun 2014	Transaksi minuman keras ilegal melalui Facebook tidak sah secara hukum karena objek yang diperjualbelikan bertentangan dengan peraturan yang berlaku dan tidak memenuhi syarat sah perjanjian	Sama-sama mengkaji aspek hukum penjualan minuman beralkohol secara online dan mengidentifikasi ketidaksahan transaksi akibat ketiadaan regulasi yang memadai	Penelitian terdahulu fokus pada keabsahan transaksi di media sosial facebook dengan fokus hukum perjanjian, sedangkan penelitian saya berfokus pada platform marketplace khususnya (shopeefood) dengan perspektif Maqāsid Asy-Syarī'ah
6.	Ahmad Jaelani Danifulhaq dkk 2024 berjudul Penegakan Hukum dan Hambatan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2023 Tentang Pengendalian, Pengawasan dan penerbitan Minuman Beralkohol di Kabupaten Pati	Pemerintah Kabupaten Pati menegakkan perda melalui tim gabungan satpol PP dan Kepolisian, namun terdapat hambatan internal (keterbatasan SDM, kurangnya kesadaran petugas, minimnya sosialisasi) dan hambatan eksternal	Sama-sama mengidentifikasi kasi permasalahan regulasi dan hambatan pengendalian minuman beralkohol di Indonesia serta menyoroti urgensi penegak hukum yang efektif	Penelitian terdahulu fokus pada penegakan hukum secara konvensional di wilayah kabupaten Pati, sedangkan penelitian saya berfokus pada penjualan minuman beralkohol secara online melalui platform

No	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		(resistensi masyarakat, kondisi ekonomi, mudahnya akses minuman beralkohol)		marketplace dengan perspektif Maqāṣid Asy-Syarī'ah
7.	Jurnal Rifva Putri Abie Sutarya dkk 2022 berjudul Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Penyelenggara Sistem Elektronik atas Promosi Minuman Beralkohol Berdasarkan Hukum Positif Indonesia	Sosial media (Instagram) sebagai PSE memiliki pertanggungjawaban terbatas, konten ilegal merupakan tanggung jawab pengguna, platform hanya berkewajiban menyediakan mekanisme pelaporan, take down, dan kewajiban administratif	Sama-sama mengkaji tanggung jawab hukum penyelenggara penjualan atau promosi minuman beralkohol secara online dengan metode yuridis normatif	Penelitian terdahulu fokus pada keterbatasan platform media sosial instagram dan aspek konten promosi, sedangkan penelitian saya berfokus pada marketplace yang memfasilitasi transaksi langsung dengan perspektif Maqāṣid Asy-Syarī'ah untuk merumuskan model pengaturan ideal
8.	Jurnal I Gusti Ayu Millenia Tamara dkk 2022 berjudul Kebijakan Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol Melalui	Penjualan minuman beralkohol secara online hanya dilarang melalui surat edaran kominfo No. 5 tahun 2016 yang kedudukannya	Sama-sama mengkaji kelemahan regulasi penjualan minuman beralkohol melalui e-commerce di Indonesia	Penelitian terdahulu mengkaji e-commerce secara umum tanpa perspektif Maqāṣid Asy-Syarī'ah, sedangkan

No	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
	<i>Platform E-Commerce</i>	lemah sebagai <i>pseudo legislation</i> , sehingga tidak efektif memberikan kepastian hukum	dan menemukan kekosongan norma dalam regulasi yang berlaku	penelitian saya berfokus pada spesifik pada platform marketplace pesan antar (shopeefood) dan mengintegrasikan Maqāṣid Asy-Syarī'ah untuk merumuskan model pengaturan ideal
9.	Jurnal Pingkan Audrine 2021 berjudul Reformasi Kebijakan untuk Akses Online Minuman Beralkohol yang Aman di Indonesia	Terdapat pertentangan regulasi yang menyebabkan ketidakpastian hukum, platform e-commerce enggan mengizinkan penjualan alkohol legal, kondisi ini meningkatkan konsumsi alkohol ilegal	Sama-sama mengkaji kepastian hukum akibat pertentangan dan kekosongan regulasi penjualan minuman beralkohol secara online serta mendorong urgensi reformasi regulasi	Penelitian terdahulu fokus pada pendekatan analisis kebijakan hukum tanpa perspektif Maqāṣid Asy-Syarī'ah dan bersifat umum, sedangkan penelitian saya berfokus pada marketplace digital menggunakan yuridis normatif, mengintegrasikan perspektif Maqāṣid Asy-Syarī'ah sebagai

No	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
				landasan normatif
10	Jurnal I Gusti Ayu Agung Dwi Candra dkk 2021 berjudul Urgensi Pengaturan Pengawasan terhadap Peredaran Jual-Beli Minuman Beralkohol Secara Daring/Online	Terdapat kekosongan norma dalam pengaturan pengawasan, peraturan hanya mengatur subjek yang berwenang tetapi tidak memuat bentuk kegiatan pengawasannya	Sama-sama mengidentifikasi kekosongan norma pengaturan penjualan minuman beralkohol secara online dengan metode yuridis normatif dan pendekatan perundang-undangan	Penelitian terdahulu fokus hanya mengidentifikasi kekosongan norma tanpa menawarkan perspektif alternatif pengisian norma, sedangkan penelitian saya fokus menganalisis melalui Maqāṣid Asy-Syarī'ah dan merumuskan model pengaturan ideal yang komprehensif untuk platform marketplace

G. Sistematika Pembahasan

Untuk menjadikan penelitian ini terarah sesuai dengan tujuan penulisan serta dapat memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai penelitian yang disusun penulis, maka dari itu disini penulis hendak memaparkan suatu sistematika penulisan penelitian hukum normatif. Adapun sistematika penulisan hukum yang dimaksudkan penulis adalah sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan. Pada bab ini berisi tentang uraian mengenai awal tentang penelitian yang berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Diadakannya Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian yang bertujuan untuk memberikan pemahaman terhadap isi penelitian ini secara garis besar dan Sistematika Pembahasan.

Bab II : Tinjauan Pustaka. Pada bab ini berisi tentang uraian mengenai kerangka teori dan kerangka pemikiran. Kerangka teori meliputi tinjauan umum tentang Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol pada *Platform Marketplace* Perspektif *Maqāṣid Asy-Syarī'ah*. Yang dikaji tidak hanya dari hukum positif tetapi juga dari perspektif hukum Islam dengan prinsip khususnya *ḥifẓ al-'aql* (perlindungan akal) dan *ḥifẓ al-māl* (perlindungan harta) sebagai salah satu tujuan pokok syariah (*Maqāṣid Asy-Syarī'ah*).

Bab III : Hasil Penelitian dan Pembahasan. Pada bab ini penulis berusaha menguraikan tentang Bagaimana pengaturan hukum positif di Indonesia terhadap penjualan minuman beralkohol melalui *platform marketplace*, Bagaimana analisis *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* terhadap penjualan minuman beralkohol pada *platform marketplace*, Bagaimana model pengaturan ideal penjualan minuman beralkohol pada *platform marketplace* yang sesuai dengan perspektif *Maqāṣid Asy-Syarī'ah*.

Bab IV : Bab Penutup. Bab ini menjadi bagian akhir dari penelitian ini. Pada bab ini penulis memuat dua objek bahasan mengenai hasil penelitian yang berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan rumusan masalah yang diteliti.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol di Indonesia

1. Pengertian Minuman Beralkohol

Minuman beralkohol secara umum dapat didefinisikan sebagai minuman yang mengandung etanol atau etil alkohol (C_2H_5OH) yang apabila dikonsumsi dapat menyebabkan penurunan kesadaran, gangguan fungsi motorik, dan melemahnya kemampuan berpikir secara rasional. Dalam perspektif hukum positif di Indonesia, definisi minuman beralkohol secara resmi terdapat di dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 tahun 2019 yang mendefinisikan minuman beralkohol sebagai minuman yang mengandung etil alkohol atau etanol (C_2H_5OH) yang diproses dari bahan hasil pertanian yang mengandung karbohidrat dengan cara fermentasi dan destilasi atau fermentasi tanpa destilasi.²⁷

Dari perspektif kesehatan, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mendefinisikan alkohol sebagai zat psikoaktif yang bersifat adiktif dan dapat menimbulkan ketergantungan apabila dikonsumsi secara berlebihan dan terus-menerus. Mengonsumsi minuman beralkohol yang tidak terkendali terbukti

²⁷ “Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2019 Tentang Perubahan Keenam Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20/M-Dag/ Per/4/2014 Tentang Pengendalian Dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, Dan Penjualan Minuman Beralkohol.”

secara ilmiah terkait dengan meningkatnya angka kecelakaan lalu lintas, kekerasan dalam berumah tangga, gangguan kesehatan jiwa, serta berbagai penyakit kronis. Dengan demikian, minuman beralkohol bukan sekedar komoditas perdagangan biasa, melainkan merupakan komoditas yang memiliki implikasi serius terhadap kesehatan, ketertiban umum, dan keamanan masyarakat, sehingga pengedarannya perlu diawasi dan dikendalikan secara ketat oleh negara melalui instrumen hukum yang memadai.

2. Klasifikasi Minuman Beralkohol

Minuman beralkohol diklasifikasikan berdasarkan kadar etanol yang dikandungnya menurut hukum positif di Indonesia. Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 minuman beralkohol dibagi ke dalam tiga golongan. Golongan A adalah minuman beralkohol dengan kadar etanol (C_2H_5OH) lebih dari 1% (satu persen) sampai dengan 5% (lima persen), yang antara lain meliputi bir dan sejenisnya. Golongan B adalah minuman beralkohol dengan kadar etanol (C_2H_5OH) lebih dari 5% (lima persen) sampai dengan 20% (dua puluh persen), yang antara lain meliputi anggur (*wine*) dan minuman sejenisnya. Adapun golongan C adalah minuman beralkohol dengan kadar etanol (C_2H_5OH) lebih dari 20% (dua puluh persen) sampai 55% (lima puluh lima persen), yang antara lain meliputi *whisky*, minuman keras sejenis lainnya.

Klasifikasi ini memiliki akibat hukum yang bersifat signifikan karena setiap golongan memiliki ketentuan berbeda terkait perizinan, tempat penjualan yang diperbolehkan, serta sanksi yang dikenakan apabila terjadi pelanggaran. Selain klasifikasi berdasarkan kadar alkohol tersebut, undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan yang mengatur barang-barang yang peredarannya diawasi oleh negara. Pengaturan ini mencerminkan bahwa tidak semua barang dapat diperdagangkan secara bebas, maka dapat dikenakan pembatasan atau bahkan pelarangan berdasarkan pertimbangan tertentu. Dalam konteks penjualan melalui *platform marketplace*, klasifikasi ini menjadi krusial karena berbagai produk dari ketiga golongan tersebut diperjualbelikan secara bersamaan tanpa adanya perbedaan mekanisme pengawasan yang memadai sesuai klasifikasi bahyanya masing-masing, sehingga berpotensi melanggar ketentuan yang berlaku secara sistematis dan masif dalam ekosistem digital yang sulit dikontrol oleh aparat pengawas konvensional.²⁸

3. Pengaturan Minuman Beralkohol dalam Hukum Positif Indonesia

Pengaturan minuman beralkohol dalam hukum positif Indonesia terdapat dalam berbagai tingkatan peraturan perundang-undangan, mulai dari undang-undang hingga peraturan daerah. Pada tingkat undang-undang, pengaturan mengenai minuman beralkohol dapat ditemukan dalam undang-undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang kesehatan, negara menegaskan

²⁸“Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan,”

tanggung jawab dalam menyelenggarakan upaya kesehatan yang menyeluruh, terpadu, dan berkelanjutan untuk melindungi kesehatan masyarakat. Serta undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan yang mengatur barang-barang yang peredarannya diawasi oleh negara.²⁹

Pada tingka peraturan pemerintah dan peraturan menteri, pengaturan yang paling pokok terdapat dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 yang mengatur secara rinci mengenai pengendalian dan pengawasan terhadap pengadaan, peredaran, dan penjualan minuman beralkohol, termasuk ketentuan mengenai perizinan, tempat penjualan, dan larangan-larangan yang berlaku. Tempat tertentu yang telah memperoleh izin dari instansi yang berwenang seperti hotel, restoran, bar, dan toko bebas bea. Pada tingkat daerah, banyak pemerintah daerah telah menerbitkan peraturan daerah (Perda) yang mengatur peredaran minuman beralkohol sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan daerah masing-masing, meskipun hal ini justru menimbulkan perbedaan regulasi yang cukup signifikan antara satu daerah dengan daerah lainnya.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 juga sebagai regulasi perdagangan melalui sistem elektronik secara umum, namun tidak

²⁹ Farah Fauziah Firdaus, Nurrohman Syarif, and Ridwan Eko Prasetyo, "Implementasi Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2021 Tentang Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Peredaran Dan Penggunaan Minuman Beralkohol Di Kabupaten Bandung Perspektif Siyasah Dusturiyah," *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development* 7, no. 5 (2025): 3177–89, <https://doi.org/10.38035/rj.v7i5.1699>.

secara khusus mengintegrasikan ketentuan penjualan minuman beralkohol ke dalam kerangka perdagangan digital. Kondisi inilah yang menjadikan adanya kekosongan norma (*rechtsvacuum*) yang menjadi isu utama dalam penelitian ini. Lebih lanjut, ketidaksinkronan antara regulasi yang satu dengan yang lainnya, serta tumpang tindih kewenangan antar instansi seperti BPOM, Permendang, dan Bea Cukai dalam pengawasan minuman beralkohol, makin memperumit upaya penegakan hukum yang efektif dan konsisten.³⁰

B. Perdagangan Elektronik di Indonesia dan Problematikanya

1. Pengertian dan Konsep *Marketplace Digital*

Marketplace digital merupakan salah satu model perdagangan elektronik yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam satu *platform* melalui teknologi informasi. Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), perdagangan melalui sistem elektronik didefinisikan sebagai perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.³¹ Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, terdapat konsep Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) yang secara jelas memasukkan *marketplace* sebagai salah satu bentuk *platform* perdagangan elektronik yang diakui secara hukum di Indonesia.

³⁰ “Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023, Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.”

³¹ Peraturan Pemerintah No 80, “Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.”

Secara konseptual, *marketplace digital* berbeda secara fundamental dari toko online dengan toko konvensional. Perbedaan paling mendasar terletak pada struktur penyelenggaraannya, *marketplace* tidak hanya melayani satu penjual, melainkan mengakomodasi banyak penjual sekaligus dalam satu ekosistem digital yang dikelola oleh penyelenggara platform. Ridwan Khairandy menyatakan bahwa dalam kontrak elektronik yang terjadi pada *platform marketplace*, penyelenggara *platform* berkedudukan sebagai perantara antara penjual dan pembeli, sehingga secara hukum hubungan perjanjian yang mengikat secara langsung adalah antara penjual dan pembeli, bukan antara *platform* dan pembeli. Sementara itu, Ahmad M. Ramli menegaskan bahwa penyelenggara sistem elektronik tetap memiliki kewajiban hukum untuk memastikan bahwa sistem yang dikelola beroperasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk dalam hal komoditas yang diperdagangkan melalui *platformnya*, karena kewajiban kepatuhan hukum tidak dapat ditolak hanya dengan alasan bahwa platform berkedudukan sebagai perantara.³²

2. Dasar Hukum Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Perdagangan melalui sistem elektronik di Indonesia diatur dalam kerangka hukum yang tersebar di berbagai peraturan perundang-undangan. Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi

³² Sahat Maruli T. Situmeng, *Cyber Law* (Bandung: CV.Cakra, 2020)

Elektronik (UU ITE) sebagaimana diubah dengan undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 menjadi landasan hukum utama bagi seluruh aktivitas elektronik di Indonesia. UU ITE mengatur keabsahan transaksi elektronik, syarat sahnya kontrak elektronik, penggunaan tanda tangan elektronik, serta tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik terhadap kerugian yang dialami pengguna layanannya. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 juga sebagai peraturan pelaksana yang mengatur perdagangan digital secara lebih komprehensif, mencakup berbagai jenis pelaku usaha dalam ekosistem *e-commerce*, serta sistem pengawasan dan penyelesaian sengketa dalam perdagangan elektronik.³³

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 tahun 2023 melengkapi kerangka regulasi perdagangan elektronik Indonesia dengan mengatur secara lebih rinci mengenai perizinan berusaha bagi PPMSE, ketentuan periklanan produk melalui platform digital, mekanisme pembinaan dan pengawasan pelaku usaha, serta kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi oleh penyelenggara *marketplace* dalam menjalankan operasionalnya.³⁴ Salah satu kewajiban penting yang diatur dalam peraturan ini adalah kewajiban penyelenggara PPMSE untuk memastikan bahwa produk yang diperdagangkan di *platformnya* telah memenuhi ketentuan peraturan

³³ “UNDang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.”

³⁴ “Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023, Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.”

perundang-undangan yang berlaku. Meskipun demikian, ketentuan ini masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengakomodasi kekhususan komoditas yang dikendalikan ketat oleh negara seperti minuman beralkohol, sehingga dalam praktiknya menciptakan celah hukum yang signifikan dan dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk menjual minuman beralkohol secara online tanpa mekanisme pengawasan yang memadai.³⁵

3. Tanggung Jawab Hukum Penyelenggara *Platform Marketplace*

Persoalan tanggung jawab hukum penyelenggara *platform marketplace* merupakan salah satu isu paling kompleks dan belum selesai diperdebatkan dalam hukum perdagangan elektronik kontemporer. Secara konseptual, dalam literatur hukum dikenal dua model tanggung jawab yang lazim dibahas, yaitu tanggung jawab langsung dan tanggung jawab tidak langsung. Dalam model tanggung jawab langsung penyelenggara *platform* dianggap turut bertanggung jawab secara hukum atas setiap transaksi yang terjadi di dalam *platformnya* karena dianggap telah memberikan fasilitas yang memungkinkan terjadinya transaksi tersebut. Sebaliknya, dalam model tanggung jawab tidak langsung, penyelenggara *platform* hanya bertanggung jawab sebatas penyediaan infrastruktur teknis dan mekanisme pelaporan konten ilegal, sementara

³⁵ Ayu and Tamara, "Kebijakan Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol Melalui Platform E-Commerce."

tanggung jawab substantif atas konten dan transaksi sepenuhnya berada pada penjual dan pembeli yang bertransaksi.³⁶

Dalam konteks hukum positif Indonesia, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 mengatur kewajiban penyelenggara *marketplace* untuk memastikan bahwa produk yang diperdagangkan di platformnya telah memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Namun demikian, ketentuan ini masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengatur tanggung jawab penyelenggara *platform* terhadap penjualan komoditas yang dikendalikan seperti minuman beralkohol. Kondisi ini mengakibatkan ketidakjelasan hukum mengenai sejauh mana penyelenggara *platform* dapat dimintai pertanggungjawaban apabila terjadi penjualan minuman beralkohol yang melanggar ketentuan hukum yang berlaku melalui *platformnya*.³⁷

Kondisi keterbatasan tanggung jawab *platform* ini pada akhirnya menciptakan ruang yang luas bagi terjadinya pelanggaran hukum dalam penjualan minuman beralkohol secara online yang sulit dijangkau oleh aparat penegak hukum, mengingat regulasi yang ada belum mengatur secara menyeluruh mengenai tanggung jawab penyelenggara *platform marketplace*

³⁶ Tanisha Alike Queena Santika, “Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol Melalui Platfrom Digital Di Kota Bandung Berdasarkan Perundang-Undangan Terkait,” 2024.

³⁷ Tasya Safiranita Rifva Putri Abie Sutarya, Enni Soerjati Priowirjanto, “Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Penyelenggara Sistem Elektronik Atas Promosi Minuman Beralkohol Berdasarkan Hukum Positif Indonesia,” *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 3, no. 11 (2022): 1219–34.

untuk komoditas minuman beralkohol secara khusus dan tegas. Kekosongan norma yang signifikan ini menegaskan urgensi pembentukan regulasi baru yang secara khusus mengintegrasikan kewajiban dan tanggung jawab hukum penyelenggara *platform marketplace* dalam pengawasan dan pengendalian peredaran minuman beralkohol melalui *platform marketplace* di Indonesia.³⁸

C. Teori Kepastian Hukum

1. Pengertian Kepastian Hukum

Kepastian hukum merupakan salah satu dari tiga nilai dasar hukum yang dikemukakan oleh Gustav Radbruch di samping nilai keadilan (*gerechtigkeit*) dan nilai kemanfaatan (*zweckmassigkeit*). Radbruch menyatakan bahwa kepastian hukum (*rechtssicherheit*) merupakan jaminan bahwa hukum dijalankan dengan baik dan konsisten, bahwa yang berhak menurut hukum dapat memperoleh haknya, dan bahwa putusan-putusan hukum dapat dilaksanakan secara efektif tanpa diskriminasi. Kepastian hukum menghendaki agar norma hukum bersifat jelas, tidak bertentangan satu sama lain, dan dapat diterapkan secara konsisten oleh seluruh subjek hukum yang tertarik, termasuk aparat penegak hukum, pelaku, dan masyarakat umum selaku konsumen.³⁹

Lon L. Fuller dalam karyanya *The Morality of Law* menyebutkan delapan syarat agar sistem hukum dapat memberikan kepastian yang asli,

³⁸ Candra and Suantra, "Urgensi Pengaturan Pengawasan Terhadap Peredaran Jual-Beli Minuman Beralkohol Secara Daring/Online."

³⁹ Muh. Afif Mahfud, *Pengantar Ilmu Hukum*, Semarang 50143, vol. 15 (Semarang: Yoga Pratama, 2024).

pertama, hukum harus bersifat umum; kedua, hukum harus diumumkan kepada publik; ketiga, hukum tidak boleh saling bertentangan; keenam, hukum tidak boleh menuntut hal yang berada di luar kemampuan pihak yang diatur; ketujuh, hukum harus bersifat stabil; dan kedelapan, harus terdapat kesesuaian yang konsisten antara peraturan yang diundangkan dengan pelaksanaannya di lapangan.⁴⁰

Jan Michirl Otto menambahkan dimensi operasional dengan menyatakan bahwa kepastian hukum yang nyata mensyaratkan adanya aturan hukum yang jelas dan konsisten, lembaga-lembaga penegak hukum yang menerapkan aturan tersebut secara konsisten, serta warga negara yang menyesuaikan perilaku mereka dengan aturan yang ada. Peter Mahmud Marzuki menyatakan bahwa kepastian hukum dalam sistem hukum positif bukan hanya menyangkut kejelasan redaksi peraturan, tetapi juga menyangkut konsistensi tingkatan norma, di mana peraturan yang lebih rendah tidak boleh bertentangan dengan peraturan yang lebih tinggi, dan setiap peraturan harus memiliki landasan kewenangan yang sah untuk dibentuk.

2. Kekosongan Norma dan Urgensi Pembentukan Regulasi

Kekosongan norma dalam hukum merupakan kondisi di mana terdapat suatu permasalahan hukum yang belum diatur atau belum cukup diatur oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam ilmu hukum, kekosongan

⁴⁰ Satjipto Rahardjo, *Hukum Dalam Jagat Ketertiban*, 2006.

norma dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu kekosongan norma yang bersifat murni, yakni apabila suatu permasalahan sama sekali tidak diatur dalam peraturan perundang-undangan yang ada, dan kekosongan norma yang bersifat tidak murni, yakni apabila suatu permasalahan telah diatur namun pengaturannya tidak lengkap atau tidak memadai sehingga menimbulkan ketidakpastian dalam penerapannya.⁴¹

hans Kelsen dalam teori hukum murninya menegaskan bahwa tugas utama hukum adalah menciptakan kepastian dan keteraturan dalam masyarakat, sehingga kondisi kekosongan norma yang membiarkan suatu aktivitas sosial dan ekonomi berjalan tanpa landasan hukum yang jelas merupakan kegagalan sistem hukum yang harus segera ditangani. Satjipto Rahardjo menambahkan bahwa hukum ada untuk memnuhi kebutuhan manusia dan masyarakat, sehingga ketika masyarakat telah berkembang melalui transaksi digital namun hukum belum mengakomondasinya, maka terjadilah ketertinggalan hukum yang wajib diatasi melalui pembaharuan regulasi secara sistematis.

D. Maqāṣid Asy-Syarī'ah dan Kriteria Penggunaannya dalam Perdagangan Kontemporer

1. Pengertian dan Sejarah Perkembangan *Maqāṣid Asy-Syarī'ah*

Maqāṣid Asy-Syarī'ah merupakan salah satu konsep paling mendasar dan strategis dalam ilmu ushul fiqh yang telah berkembang sejak awal Islam

⁴¹ Audrine, "Reformasi Kebijakan Untuk Akses Online Minuman Beralkohol Yang Aman Di Indonesia."

dan terus mengalami pengembangan serta penyempurnaan dari generasi ke generasi ulama. Secara etimologis, *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* tersusun dari dua kata, yaitu maqashid sebagai bentuk jamak dari maqshad yang berarti tujuan, maksud, atau sasaran, dan syariah yang secara harfiah berarti jalan menuju sumber air, namun dalam pengertian istilah berarti hukum-hukum Allah SWT yang diturunkan untuk mengatur kehidupan manusia. Secara terminologis, Imam Al-Ghazali mendefinisikan *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* sebagai tujuan-tujuan dan rahasia-rahasia yang ditetapkan oleh Allah SWT di balik setiap hukum syariat demi terwujudnya kemaslahatan manusia di dunia dan di akhirat.

Imam Al-Ghazali adalah salah satu ulama yang paling berpengaruh dalam pengembangan konsep *Maqāṣid Asy-Syarī'ah*. Dalam kitabnya *al-mustashfa min 'ilm al-ushul*, Al-Ghazali menyusun konsep *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* sebagai kerangka berpikir dalam menetapkan dan memahami hukum Islam. Al-Ghazali menjelaskan bahwa syariat diturunkan bukan tanpa tujuan, melainkan semata-mata untuk mewujudkan kemaslahatan manusia di dunia maupun di akhirat sekaligus menolak segala bentuk kerusakan yang dapat mengancam kehidupan mereka. Namun Al-Ghazali memberikan penekanan yang sangat penting bahwa tolak ukur maslahat bukan apa yang dianggap baik oleh manusia, melainkan apa yang sejalan dengan tujuan syariat itu sendiri sebagaimana yang terdapat dalam Al-Qur'an dan hadits nabi Muhammad SAW. Ini adalah faktor utama dalam pemikiran Al-Ghazali karena ia

membatasi ruang gerak akal agar tidak seenaknya menentukan apa yang disebut maslahat tanpa berdasarkan pada teks-teks syariat yang dapat dipercaya.⁴²

2. Klasifikasi dan Tingkatan *Maqāṣid Asy-Syarī'ah*

Para ulama ushul fiqh mengklasifikasikan *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* ke dalam beberapa tingkatan-tingkatan berdasarkan urgensi dan priorotasnya dalam menjaga kemaslahatan manusia. Imam Al-Ghazali dan mayoritas ulama menetapkan lima unsur pokok (*al-kulliyāt al-khams*) yang wajib dilindungi syariat islam, yaitu: perlindungan agama (*ḥifẓ al-dīn*), perlindungan jiwa (*ḥifẓ al-nafs*), perlindungan akal (*ḥifẓ al-'aql*), perlindungan keturunan (*ḥifẓ an-nasl*), dan perlindungan harta (*ḥifẓ al-māl*). Kelima unsur pokok ini kemudian diklasifikasikan ke dalam tiga tingkatan yang masing-masing memiliki konsekuensi hukum yang berbeda dalam penerapannya.⁴³

Tingkatan yang pertama adalah *dharuriyyat*, yakni kebutuhan-kebutuhan primer yang bersifat mutlak dan mendasar. Wahbah Al-Zuhayli menjelaskan bahwa kemaslahatan *dharuriyyat* adalah kemaslahatan yang apabila tidak terpelihara niscaya akan mengakibatkan kerusakan total pada tatanan kehidupan manusia baik di dunia maupun di akhirat, sehingga pemeliharannya tidak dapat disamakan dengan keadaan apapun. Tingkatan kedua adalah *hajiyyat*, yakni kebutuhan-kebutuhan sekunder yang apabila tidak

⁴² M Zaky, "Formulasi Standar Masalah Dalam Hukum Islam (Studi Atas Pemikiran Al-Ghazali Dalam Kitab Al-Mustashfa)," *Al-Risalah: Jurnal Ilmu Syariah Dan Hukum* 13, no. 1 (2013).

⁴³ M Fauzi, "Urgensi Ijtihad Saintifik Dalam Menjawab Problematika Hukum Transaksi Kontemporer" 13, no. 2 (2013): 1–21.

terpenuhi maka tidak mengancam keberadaan manusia secara langsung, namun menimbulkan kesulitan dan kesempitan yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari. Tingkatan ketiga adalah *tahsiniyyat*, yakni kebutuhan-kebutuhan tersier atau penyempurna yang bertujuan untuk menyempurnakan dan memperindah kehidupan manusia. Yusuf Al-Qaradawi menegaskan bahwa kemaslahatan *tahsiniyyat* apabila diabaikan tidak menimbulkan kerusakan atau kesulitan yang berarti, namun menjadikan kehidupan manusia kurang sempurna dari standar nilai-nilai Islam yang ideal dan mulia.

3. Landasan Al-Qur'an tentang Pengharaman Minuman Beralkohol dalam Perspektif *Maqāṣid Asy-Syarī'ah*

Pengharaman minuman beralkohol dalam Islam merupakan salah satu bentuk perlindungan syariat terhadap akal manusia (*ḥifẓ al-‘aql*) yang berada pada tingkatan *dharuriyyat* paling utama, larangan ini tidak ditetapkan sekaligus, melainkan melalui proses bertahap (*tadarruj*) yang mencerminkan wawasan syariat dalam mengubah kebiasaan masyarakat secara perlahan namun harus tegas. Dalil-dalil Al-Qur'an yang menjadi landasan pengharaman minuman beralkohol dapat dikemukakan sebagai berikut.

Pertama, firman Allah SWT dalam QS. Al-Maidah (5): 90 yang merupakan ayat pengharaman paling tegas dan tegas dalam proses pentahapan larangan khamar.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ
فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkurban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah adalah perbuatan keji (dan) termasuk perbuatan setan. Maka, jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung.” (QS. Al-Maidah (5): 90)

Ayat ini secara tegas menggunakan kata *ijtanibûhu* yang bermakna “jauhilah secara total dan menyeluruh” suatu bentuk perintah yang dalam kaidah ushul fiqh menunjukkan tingkat larangan yang paling tinggi (*tahrim*). Penggunaan kata *rijsun* (perbuatan keji) dan pengaitan khamar dengan perbuatan setan (*amal al-syaithan*) memperkuat bahwa pengharaman ini bersifat mutlak, yidak mengenal pengecualian, dan berlaku untuk segala bentuk konsumsi, distribusi, maupun perdagangannya. Ibn Qudamah dalam kitabnya Al-Mughni menyatakan bahwa seluruh ulama empat mazhab sepakat bahwa

khamar hukumnya haram dan meminum sedikit darinya pun tetap haram, karena sesuatu yang banyaknya memabukkan maka sedikitnya pun haram.⁴⁴

Kedua, firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah (2): 219 yang merupakan ayat awal pentahapan pengharaman khamar dengan metode perbandingan antara manfaat dan mudharat.

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَّفْعِهِمَا
وَيَسْأَلُونَكَ

مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

"Mereka bertanya kepadamu (Muhammad) tentang khamar dan judi. Katakanlah, "Pada keduanya terdapat dosa besar dan beberapa manfaat bagi manusia. Tetapi dosanya lebih besar daripada manfaatnya." Dan mereka bertanya kepadamu (tentang) apa yang mereka infakkan. Katakanlah, "Yang kelebihan (dari keperluan sehari-hari)." Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu agar kamu memikirkan." (QS. Al-Baqarah (2): 219)

Ayat ini menggunakan pendekatan perbandingan antara manfaat (*manafi'*) dan mudharat (*ithm*) khamar, di mana mudharat secara tegas dinyatakan lebih besar dari pada manfaatnya. Amir Syarifuddin menjelaskan

⁴⁴ Abu Ubaidah YUsuf bin Mukhtar As-zSidawi, *Fiqih KOntemporer* (Gresik: Media Dakwah Al Furqon, 2013).

bahwa ayat ini merupakan bagian dari proses pentahapan pengharaman khamar yang menunjukkan kecerdasan yang berkaitan dengan syariat dalam mengubah perilaku masyarakat secara bertahap namun terarah, sekaligus menegaskan bahwa prinsip dasar pertimbangan pengharaman adalah timbangan antara kemaslahatan dan kerusakan. Dalam konteks regulasi modern, pendekatan perbandingan antara manfaat dan mudharat ini sangat relevan sebagai kerangka evaluasi dalam menilai apakah suatu regulasi mengenai minuman beralkohol, termasuk dalam konteks penjualan digital telah benar-benar mencerminkan urgensi perlindungan masyarakat dari kerusakan yang lebih besar dibandingkan nilai ekonomis yang mungkin diperoleh dari peredarannya.⁴⁵

4. Relevansi *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* dalam Pembentukan dan Evaluasi Hukum Positif

Maqāṣid Asy-Syarī'ah tidak hanya relevan sebagai landasan normatif hukum Islam, tetapi juga memiliki makna yang baik dalam konteks pembentukan dan evaluasi hukum positif di Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia. Jasser Auda berpendapat bahwa *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* dapat berfungsi sebagai kerangka filosofis yang mampu menjembatani antara nilai-nilai hukum Islam dan kebutuhan regulasi modern yang terus berkembang seiring kemajuan teknologi, perubahan sosial, dan

⁴⁵ Rusdaya Basri, *Ushul Fikih* (parepare: IAIN PAREPARE NUSANTARA PRESS, 2019).

kerumitan kehidupan kontemporer. *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* dalam kerangka menyeluruh yang memungkinkan hukum Islam merespon secara adaptif terhadap isu-isu baru yang tidak pernah dijumpai ulama klasik, termasuk persoalan perdagangan digital.⁴⁶

Dalam konteks penelitian ini, *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* digunakan sebagai perspektif analisis untuk mengevaluasi apakah kerangka regulasi penjualan minuman beralkohol pada *platform marketplace* yang ada telah mencerminkan nilai-nilai perlindungan terhadap lima unsur pokok, khususnya perlindungan akal (*ḥifẓ al- 'aql*) yang berhubungan langsung dengan pengharaman minuman beralkohol, dan perlindungan harta (*ḥifẓ al-māl*) yang berkaitan dengan keabsahan transaksi perdagangan digital. Abdul Karim Munthe menegaskan bahwa dalam era digital, penerapan *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* harus bersifat adaptif dan ke arah yang lebih baik, mampu menjangkau dimensi-dimensi kehidupan baru yang sebelumnya belum dikenal, termasuk perdagangan elektronik dan distribusi digital komoditas yang bersifat (*muharramat*) yang diharamkan, sehingga nilai-nilai kemaslahatan yang dikandung *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* dapat benar-benar ada sebagai ruh yang menghidupkan regulasi digital yang berkeadilan.⁴⁷

⁴⁶ Muhammad Baiquni Syihab, "Telaah Kritis Pemikiran Jasser Auda Dalam Buku 'Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach,'" *AN NUR: Jurnal Studi Islam* 15, no. 1 (2023): 114–36, <https://doi.org/10.37252/annur.v15i1.455>.

⁴⁷ Zaenudin Mansyur, "Implementasi Teori Maqashid Syari'Ah Asy-Syatibi Dalam Muamalah Kontemporer," *Jurisdictie: Jurnal Hukum Dan Syariah* 11, no. 1 (2020): 67–92,

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pengaturan Hukum Positif di Indonesia terhadap Penjualan Minuman Beralkohol melalui Platform Marketplace

Sebelum membahas pengaturan hukum positif mengenai penjualan minuman beralkohol melalui *platform marketplace*, perlu ditegaskan bahwa penelitian ini hanya dibatasi pada *platform* shopeefood sebagai objek kajian. Pembatasan tersebut dilakukan agar penelitian memiliki ruang lingkup yang jelas dan pembahasannya tidak terlalu luas, karena setiap *platform digital* mempunyai sistem, fitur, serta kebijakan internal yang berbeda dalam menjalankan usahannya. Selain itu, shopeefood dipilih karena pada *platform* ini ditemukan adanya penjualan minuman beralkohol yang dapat diakses oleh siapapun pengguna di wilayah tertentu, sehingga dapat dijadikan contoh untuk melihat bagaimana praktik tersebut berlangsung di tengah belum adanya pengaturan yang secara khusus mengatur penjualan minuman beralkohol melalui *platform digital*.

Pembahasan ini juga disesuaikan dengan syarat dan ketentuan yang berlaku pada *platform* shopeefood sebagai penyelenggara layanan. Dengan demikian, analisis yang dilakukan tidak untuk menilai semua marketplace atau aplikasi perdagangan elektronik di Indonesia, melainkan fokus pada mekanisme penjualan yang terdapat di shopeefood. Termasuk adanya *platform* dalam bertransaksi dan kebijakan yang diterapkan kepada penjual serta bentuk pengawasan yang tersedia terhadap peredaran minuman beralkohol. Melalui pembatasan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan analisis yang lebih mendalam mengenai

kesesuaian praktik penjualan minuman beralkohol di shopeefood dengan ketentuan hukum positif di Indonesia dan prinsip-prinsip *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* .

1. Karakteristik Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol Secara Offline

Indonesia sebenarnya sudah mempunyai aturan yang tegas mengenai peredaran minuman beralkohol jauh sebelum ada belanja online seperti sekarang. Jauh sebelum *platform digital* berkembang seperti sekarang negara sudah menyadari bahwa minuman beralkohol adalah komoditas yang tidak bisa dibiarkan beredar begitu saja tanpa pengawasan dan oleh karena itu sudah dibangun sistem pengaturan yang cukup terstruktur untuk mengendalikan penjualannya secara konvensional.

Pengaturan penjualan minuman beralkohol secara offline di Indonesia pada dasarnya sudah cukup tegas dan terstruktur. Dasar hukum utamanya adalah Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2013 tentang Pengendalian dan Pengawasan Minuman Beralkohol yang menetapkan bahwa minuman beralkohol adalah komoditas yang tidak bisa diperdagangkan secara bebas seperti barang biasa.⁴⁸ Peraturan ini membagi minuman beralkohol de dalam tiga golongan berdasarkan kadar etanolnya yaitu golongan A dengan kadar 1% hingga 5% seperti bir, golongan B dengan kadar lebih dari 5% hingga 20% seperti anggur, dan golongan C dengan kadar lebih dari 20% hingga 55% seperti whisky. Masing-masing golongan

⁴⁸ “Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2013 Tentang Pengendalian Dan Pengawasan Minuman Beralkohol, Pasal 3,” n.d., <https://doi.org/10.11113/jt.v56.60>.

miliki aturan peredaran yang berbeda-beda di mana semakin tinggi kadar alkoholnya maka semakin tegas juga pengaturannya.

Pengaturan penjualan minuman beralkohol secara offline diatur melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20/M-DAG/ 4/ 2014 yang telah mengalami enam kali perubahan dan terakhir diubah melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019. Peraturan ini menetapkan bahwa penjualan minuman beralkohol hanya boleh dilakukan oleh pihak-pihak yang telah memiliki izin usaha khusus yang diterbitkan oleh pejabat yang berwenang. Pertama dari sisi pelaku penjual, tidak semua orang atau badan usaha boleh menjual minuman beralkohol, hanya pihak-pihak yang telah mendapatkan izin usaha khusus dari pemerintah yang diperbolehkan menjual minuman beralkohol dan perizinannya tidak mudah karena terdapat persyaratan yang sangat tegas.⁴⁹ Kedua dari sisi tempat penjualan, minuman beralkohol hanya boleh dijual di tempat-tempat tertentu yang telah ditetapkan oleh peraturan yaitu hotel, bar, restoran, dan tempat hiburan tertentu yang telah mendapat persetujuan dari pemerintah daerah setempat.

Ketiga dari sisi lokasi, peraturan menetapkan bahwa tempat penjualan minuman beralkohol tidak boleh berdiri di dekat tempat ibadah, sekolah, rumah sakit, atau kawasan pemukiman yang padat penduduk. Ketentuan radius ini untuk melindungi sejumlah masyarakat yang rentan dari paparan langsung terhadap minuman beralkohol terutama anak-anak

⁴⁹ “Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2019 Tentang Perubahan Keenam Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20/M-Dag/ Per/4/2014 Tentang Pengendalian Dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, Dan Penjualan Minuman Beralkohol.”

dan remaja yang masih bersekolah serta masyarakat yang sedang beribadah. Keempat dari sisi pembeli, penjual diwajibkan memverifikasi usia pembeli sebelum melakukan transaksi dan dilarang keras menjual minuman beralkohol ke siapapun yang belum berusia 21 tahun. Verifikasi ini dilakukan secara langsung dengan cara memeriksa kartu identitas pembeli pada saat transaksi berlangsung sehingga ada sistem yang nyata dan bisa dijalankan.

Karakteristik inilah yang membuat penjualan minuman beralkohol secara offline relatif lebih bisa diawasi dan dikendalikan dibandingkan penjualan minuman beralkohol secara online. Dalam perdagangan konvensional ada tempat fisik yang bisa didatangi dan diperiksa langsung oleh petugas kapan saja, ada identitas penjual yang jelas dan terdata di pemerintah daerah setempat, dan bisa interaksi tatap muka antara penjual dan pembeli untuk memudahkan verifikasi usia yang dilakukan secara langsung. Memang sistem pengawasan ini belum berjalan dengan baik dan masih banyak kekurangannya dalam praktik di lapangan. Namun setidaknya peraturan yang ada sudah cukup untuk membatasi peredaran minuman beralkohol di masyarakat dalam konteks perdagangan konvensional dan memberikan prinsip yang jelas terhadap aparat untuk bertindak ketika ada pelanggaran yang terjadi.⁵⁰

⁵⁰ Audrine, "Reformasi Kebijakan Untuk Akses Online Minuman Beralkohol Yang Aman Di Indonesia."

2. Karakteristik Penjualan Minuman Beralkohol Secara Online melalui Platform Marketplace

Berbeda dengan perdagangan offline yang memiliki karakteristik yang jelas dan mudah diawasi, penjualan minuman beralkohol melalui *platform marketplace* memiliki karakteristik yang sangat berbeda dan juga jauh lebih sulit untuk dikendalikan. Memahami karakteristik ini penting karena dari sinilah akan terlihat bahwa regulasi yang ada untuk penjualan minuman beralkohol secara offline tidak bisa begitu saja diterapkan untuk penjualan minuman beralkohol secara online.

Hal pertama yang sangat terlihat adalah mudah saat mengakses. Berbeda dengan toko fisik yang hanya bisa dikunjungi di waktu tertentu dan hanya boleh dilakukan oleh orang-orang yang secara fisik berada di sekitar lokasi toko, platform marketplace bisa diakses kapan saja selama dua puluh empat jam oleh siapapun yang memiliki smartphone dan jaringan internet. Seperti yang terlihat pada gambar 2 toko Topsy Tales Malang di Shopeefood bahkan toko tersebut beroperasi dari jam 12.00 hingga 03.00 dini hari tanpa ada hari libur. Ini berarti seseorang bisa memesan minuman beralkohol di malam hari dari rumah tanpa harus keluar dan tanpa ada yang melihat atau mengawasi.

Permasalahan yang kedua adalah mengenai transaksi, pada saat perdagangan offline ada interaksi langsung antara penjual dan pembeli yang memungkinkan penjual untuk melihat secara langsung siapa yang membeli, mengetahui berapa usianya, dan bisa meminta kartu identitas jika

diperlukan. Sedangkan perdagangan melalui *platform marketplace* tidak ada interaksi tatap muka antara penjual dan pembeli, pembeli cukup membuat akun dengan nama dan nomor telepon yang bisa saja tidak diverifikasi secara tegas dan bisa memesan produk yang diinginkan dan produk tersebut akan diantarkan ke alamat yang tertera di akun tanpa ada proses verifikasi usia pada saat transaksi dilakukan.⁵¹ Faktanya bahwa toko-toko penjual minuman beralkohol di Shopeefood seperti yang terlihat pada gambar 1 beroperasi secara terang-terangan dengan rating tinggi dan ratusan ulasan menunjukkan bahwa praktik ini sudah berlangsung lama tanpa ada aturan yang cukup kuat untuk membatasinya.

Berbeda dengan toko fisik yang jangkauan penjualannya terbatas pada wilayah tertentu, penjualan minuman beralkohol melalui platform marketplace tidak mengenal batas radius sama sekali. Dalam perdagangan offline pemerintah daerah punya kewenangan yang jelas untuk mengawasi dan menangani toko-toko penjual minuman beralkohol yang melanggar aturan di wilayahnya karena tokonya ada secara fisik dan radiusnya bisa dilihat dengan jelas. Sedangkan penjual minuman beralkohol secara online bisa membuka toko di Shopeefood, misalnya bisa menjual dan mengirimkan minuman beralkohol tidak hanya ke tetangga sekitarnya tetapi ke manapun tempatnya sesuai orang yang memesan tanpa bisa dicegah atau diawasi oleh pihak manapun. Karena tidak ada radius yang bisa membatasi ke mana

⁵¹ Candra and Suantra, "Urgensi Pengaturan Pengawasan Terhadap Peredaran Jual-Beli Minuman Beralkohol Secara Daring/Online."

produk itu dikirim dan tidak ada wilayah yang bisa menghalangi transaksinya terjadi.⁵²

Permasalahan yang selanjutnya adalah cara verifikasi usia yang tidak berhasil. Ini adalah karakteristik yang paling berbahaya karena tidak ada verifikasi usia yang berhasil bagi anak-anak dan remaja untuk memesan dan mendapatkan minuman beralkohol. Seperti yang terlihat pada gambar 2 produk-produk minuman beralkohol di Shopeefood bahkan sengaja ditulis dengan nama yang disamarkan menggunakan tanda bintang seperti “B*NT*NG JUMBO” dan “ATL** LYCHEEEEE” yang menunjukkan bahwa penjual sadar bahwa produk tersebut seharusnya dibatasi namun tetap dijual karena tidak ada sistem pengawasan yang mencegahnya.

Di balik persoalan yang dibahas masih ada permasalahan yang terakhir yaitu mengenai lemahnya tanggung jawab *platform*. Dalam model penjualan di *marketplace* penyelenggara *platform* mengatakan bahwa mereka hanya menyediakan tempat bertemunya penjual dan pembeli sehingga apapun yang diperjualbelikan sepenuhnya ada pada penjual. Namun kenyataannya platform yang memiliki kendali penuh atas sistemnya sendiri termasuk kemampuan untuk menentukan produk apa yang boleh dijual, mengecek apakah penjual sudah punya izin yang sah, dan memblokir transaksi produk-produk yang seharusnya tidak beredar secara bebas. Ketika *platform* tidak menggunakan kemampuan ini untuk mengendalikan

⁵² Santika, “Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol Melalui Platform Digital Di Kota Bandung Berdasarkan Perundang-Undangan Terkait.”

penjualan minuman beralkohol maka *platform* pada dasarnya ikut membiarkan praktik yang bermasalah ini terus berjalan seolah-olah tidak ada yang terjadi.⁵³

3. Kekosongan Norma dalam Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol pada *Platform Marketplace*

Setelah memahami bagaimana tegasnya pengaturan penjualan minuman beralkohol secara offline dan betapa bebasnya penjualan yang sama ketika dilakukan melalui *platform marketplace*, menjadi sangat jelas bahwa ada perbedaan yang sangat terlihat antara keduanya yang sampai saat ini belum berhasil diatur oleh satu pun regulasi yang ada. Kondisi inilah yang dalam ilmu hukum disebut sebagai kekosongan norma (*rechtsvacuum*) yaitu suatu keadaan di mana sebuah persoalan hukum yang nyata terjadi di masyarakat dan belum memiliki aturan hukum yang secara khusus dan tegas mengaturnya.

Jika ditelaah satu persatu setiap regulasi yang ada saat ini tidak ada satupun yang secara khusus dan menyeluruh mengatur penjualan minuman beralkohol dalam konteks perdagangan secara online. Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2013 dan Permendag Nomor 25 Tahun 2019 yang selama ini menjadi dasar pokok pengaturan minuman beralkohol sama sekali tidak menyebut *platform marketplace* atau perdagangan online sebagai salah satu saluran distribusi yang secara hukum diakui keberadaannya maupun

⁵³ Rifva Putri Abie Sutarya, Enni Soerjati Priowirjanto, “Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Penyelenggara Sistem Elektronik Atas Promosi Minuman Beralkohol Berdasarkan Hukum Positif Indonesia.”

dilarang secara tegas.⁵⁴ Akibatnya muncul ketidakjelasan hukum yang mana tidak ada kepastian apakah penjualan minuman beralkohol melalui *platform marketplace* termasuk dalam kategori yang boleh dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Dan ketidakjelasan seperti ini merupakan persoalan hukum mengikat karena menciptakan ketidakpastian bagi semua pihak mulai dari penjual, pembeli, platform, hingga aparat penegak hukum.

Di sisi lain regulasi yang seharusnya mengisi kekosongan itu adalah dari sisi perdagangan digitalnya yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Peraturan Menteri Perdagangan⁵⁵ Nomor 31 Tahun 2023 ternyata sama-sama bersifat umum dan tidak menertibkan satupun ketentuan khusus mengenai komoditas terkontrol seperti minuman beralkohol.⁵⁶ Kedua peraturan ini mengatur perdagangan elektronik secara umum tanpa membedakan antara produk biasa dengan produk yang memerlukan pengendalian khusus. Dalam praktiknya ini berarti penjual minuman beralkohol di *platform marketplace* diperlakukan sama seperti penjual baju atau penjual makanan ringan tanpa ada kewajiban khusus apapun yang harus dipenuhi dan tanpa ada sistem pengawasan yang berbeda.

⁵⁴ Ayu and Tamara, “Kebijakan Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol Melalui Platform E-Commerce.”

⁵⁵ Peraturan Pemerintah No 80, “Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.”

⁵⁶ “Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023, Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik,” 2023, 1–29,

Satu-satunya regulasi yang pernah mencoba mengisi kekosongan ini adalah Peraturan BPOM Nomor 8 Tahun 2020 khususnya pada pasal 29 yang berisi ketentuan mengenai pengawasan minuman beralkohol yang diedarkan secara daring.⁵⁷ Dengan adanya pasal ini sebenarnya merupakan langkah yang sangat berarti karena untuk pertama kalinya ada regulasi yang secara jelas mengakui dan mencoba mengatur penjualan minuman beralkohol dalam konteks perdagangan digital. Namun yang terjadi justru sangat mengecewakan karena penerapan pasal tersebut ditarik kembali hanya tiga bulan setelah peraturannya ditetapkan. Penarikan ini membuat Pasal 29 menjadi norma yang ada secara tertulis namun tidak pernah benar-benar diberlakukan terdapat pada Peraturan BPOM Nomor 32 Tahun 2020.⁵⁸ Dan kekosongan norma pun kembali terjadi seolah-olah upaya untuk mengisi kekosongan itu tidak pernah ada.

Kekosongan norma ini kemudia terdapat berbagai persoalan yang saling berkaitan satu sama lain. yang paling mendasar adalah tidak adanya kewajiban bagi platform marketplace untuk membangun sistem pengecekan usia pembeli sebelum seseorang bisa mengakses dan memesan minuman beralkohol. Dalam penjualan offline hal ini dilakukan secara langsung dengan cara penjual memeriksa kartu identitas pembeli di hadapannya. Tapi dalam transaksi digital tidak ada kewajiban yang setara sehingga siapapun

⁵⁷ BPOM RI, “Pedoman Pengelolaan Obat Dan Bahan Pangan. Jakarta: BPOM RI,” *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2020*.

⁵⁸ “Peraturan Badan Pengawasan Obat Dan Makanan Nomor 32 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 8 Tahun 2020 Tentang Pengawasan Obat Dan Makanan Yang Diedarkan Secara Daring,” 2020.

termasuk anak di bawah umur bisa memesan minuman beralkohol tanpa diminta membuktikan usianya.⁵⁹ Selain itu tidak ada kewajiban bagi platform untuk mengecek apakah penjual minuman beralkohol yang membuka toko di dalam sistemnya sudah ada izin usaha yang sah. Padahal dalam pengaturan konvensional sudah sangat jelas bahwa hanya pihak yang punya izin khusus yang boleh menjual minuman beralkohol. Karena tidak ada regulasi yang mewajibkan *platform* melakukan verifikasi ini maka penjual yang tidak punya izin pun bisa bebas berjualan tanpa ada konsekuensi hukum apapun yang harus ditanggung.

Kekosongan norma yang selanjutnya adalah tidak ada ketentuan yang secara tegas mengatur sampai sejauh mana tanggung jawab *platform* ketika penjualan minuman beralkohol yang tidak sah terjadi di dalam sistemnya. Selama ini *platform* selalu mengatakan bahwa mereka hanya menyediakan tempat bertemunya penjual dan pembeli sehingga apa yang diperjualbelikan di dalamnya sepenuhnya menjadi tanggung jawab penjual. Karena tidak ada regulasi yang menentukan batas tanggung jawab ini secara tegas maka platform bisa terus bersikap demikian tanpa bisa dikenai sanksi hukum apapun meskipun produk-produk yang seharusnya dikendalikan terus beredar secara bebas di dalam sistemnya.⁶⁰ Kekosongan norma selanjutnya adalah tidak ada sistem pengawasan digital yang jelas untuk

⁵⁹ Candra and Suantra, "Urgensi Pengaturan Pengawasan Terhadap Peredaran Jual-Beli Minuman Beralkohol Secara Daring/Online."

⁶⁰ Rifva Putri Abie Sutarya, Enni Soerjati Priowirjanto, "Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Penyelenggara Sistem Elektronik Atas Promosi Minuman Beralkohol Berdasarkan Hukum Positif Indonesia."

menggantikan pengawasan konvensional yang selama ini dilakukan oleh pemerintah daerah melalui pemeriksaan langsung ke lokasi usaha. Karena transaksi terjadi di ruang digital yang tidak mengenal batas wilayah maka pengawasan menjadi tidak sesuai sama sekali dan penjualan minuman beralkohol di *platform marketplace* pada akhirnya berlangsung di ruang yang sepenuhnya bebas dari jangkauan pengawasan negara.

Dari sini terlihat jelas betapa tidak seimbangya pengaturan antara penjualan minuman beralkohol secara offline dengan penjualan minuman beralkohol secara online. Di satu sisi negara sudah membangun sistem pengaturan yang cukup tegas untuk mengendalikan penjualan minuman beralkohol secara offline dengan berbagai persyaratan izin, pembatasan lokasi, kewajiban verifikasi usia, dan sistem pengawasan yang terstruktur. Namun di sisi lain penjualan minuman beralkohol secara online bisa dilakukan secara bebas melalui platform marketplace tanpa harus memenuhi persyaratan apapun yang ada.

Kondisi ini bukan hanya menciptakan ketidakadilan bagi penjual konvensional yang harus menanggung beban regulasi yang berat sementara penjual digital tidak diwajibkan untuk hal yang sama, tetapi yang jauh lebih penting lagi kondisi ini membuka celah bagi beredarnya minuman beralkohol secara tidak terkontrol di masyarakat dengan seluruh dampak negatif yang menyertainya. Dengan demikian pembentukan regulasi yang secara khusus mengatur penjualan minuman beralkohol pada *platform*

marketplace adalah sebuah kebutuhan hukum yang mendesak dan tidak bisa ditunda lebih lama lagi.⁶¹

B. Analisis Maqāṣid Asy-Syarī'ah terhadap Penjualan Minuman Beralkohol pada Platform Marketplace

Setelah pembahasan yang sebelumnya telah membuktikan bahwa pengaturan hukum positif di Indonesia terhadap penjualan minuman beralkohol melalui *platform marketplace* mengalami kekosongan norma. Tidak ada satupun regulasi yang secara khusus mengatur bagaimana seharusnya penjualan minuman beralkohol dijalankan menggunakan *platform digital*, mulai dari sistem perizinan penjual, tanggung jawab platform, verifikasi usia pembeli, sampai sistem sanksi bagi pelanggar. Kekosongan norma ini bukan hanya persoalan teknis hukum saja melainkan berdampak langsung pada masyarakat dari dampak negatif peredaran minuman beralkohol yang bebas di ruang digital.

Kekosongan norma yang sudah dijelaskan ternyata bukan hanya persoalan mengenai hukum positif saja tetapi juga dianalisis dari perspektif *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* . Karena perlindungan terhadap nilai-nilai kemanusiaan dalam Islam dikembangkan secara teratur melalui konsep *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* . Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama islam memiliki tanggung jawab moral untuk memastikan bahwa setiap kebijakan dan regulasi yang dibentuk tidak hanya memenuhi standar hukum positif tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai

⁶¹ Audrine, "Reformasi Kebijakan Untuk Akses Online Minuman Beralkohol Yang Aman Di Indonesia."

yang diyakini oleh masyarakat.⁶² *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* sebagaimana dikembangkan oleh Al-Ghazali memberikan kerangka analisis yang sangat sesuai dan lengkap untuk menilai apakah kondisi kekosongan norma yang ada saat ini sudah sesuai atau justru bertentangan dengan tujuan-tujuan pokok syariat Islam dalam melindungi kemaslahatan masyarakat.

Selain itu analisis *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* juga sangat penting karena memberikan bukti yang lebih kuat dan mendasar terhadap urgensi pembentukan regulasi dibandingkan dari pandangan hukum positif. Kalau dari pandangan hukum positif mengatakan bahwa regulasi diperlukan karena ada kekosongan norma maka dari pandangan *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* bisa mengatakan bahwa regulasi tersebut bukan hanya diperlukan tetapi merupakan kewajiban secara langsung yang digunakan sebagai tujuan pokok syariat Islam yang sudah ada sejak dahulu oleh para ulama terkemuka.

1. Analisis dari Perspektif *Ḥifẓ al-'aql* (Perlindungan Akal)

Dari lima unsur pokok yang dikenal dengan istilah *al-kulliyāt al-khams* unsur yang paling kuat kaitannya dengan persoalan penjualan minuman beralkohol adalah *ḥifẓ al-'aql* atau perlindungan akal. Al-Ghazali menegaskan dalam *al-mustashfa min 'ilm al-ushul* bahwa akal adalah karunia terbesar Allah yang diberikan kepada manusia dan sesuatu yang paling wajib dijaga karena tanpa akal yang sehat manusia tidak mampu mengelola kehidupannya dengan bertanggung jawab, dan tidak mampu

⁶² Jasser Auda, *Membumikan Hukum Islam Melalui Maqasid Syariah* (Bandung: Mizan Media Utama, 2015), <https://books.google.co.id/books?id=JOmBEQAAQBAJ>.

memberikan peran yang positif bagi masyarakat di sekitarnya.⁶³ Oleh karena itu pengharaman khamr dan segala sesuatu yang memabukkan dalam Islam bisa merusak fungsi akal yang merupakan salah satu dari lima fondasi kehidupan manusia yang paling wajib dilindungi.

Perdagangan melalui *platform marketplace* semua sistem regulasi tidak ada. Kekosongan norma pada pembahasan rumusan masalah yang pertama membuat tidak ada satupun kewajiban yang sesuai dengan kewajiban dalam perdagangan offline yang berlaku dalam penjualan minuman beralkohol melalui *platform digital*. Jadi siapapun bisa memesan minuman beralkohol dari *platform marketplace* kapan saja dan di mana saja tanpa harus berhadapan langsung dengan penjual. Kemudahan mengakses ini dalam perspektif *ḥifẓ al-‘aql* adalah sesuatu yang sangat mengkhawatirkan karena mendorong tindakan yang bisa merusak akal manusia.

Kemudahan mengakses melalui *platform marketplace* juga bisa membuat orang jauh lebih sering membeli dan mengonsumsi minuman beralkohol dibandingkan kalau harus membeli secara langsung di toko fisik. Ketika seseorang harus keluar untuk membeli minuman beralkohol disitu ada usaha dan waktu yang harus dikeluarkan dan tanpa disadari hal itu bisa untuk menahan seseorang agar tidak terlalu sering membeli. Tetapi ketika minuman beralkohol bisa dipesan hanya dengan membuka smartphone

⁶³ Azi Ahmad Tadjudin, “Corak Pemikiran Hukum Teologi Asy’ Ariyyah ; Studi Pemikiran Hukum Abu Hamid Al-Ghazali (450 H- 505 H) Dalam Al-Mustashfa Min ‘Ilm Al-Ushul,” *Jurnal Muttaqien* 1, no. 1 (2020): 1–17.

tanpa harus kemana-mana maka tidak ada lagi yang bisa menahan seseorang untuk membeli sesering yang mereka inginkan.⁶⁴ Dalam perspektif *hifdz al-'aql* kondisi ini sangat mengkhawatirkan karena semakin mudah orang untuk mengonsumsi minuman beralkohol maka semakin banyak akal manusia yang berisiko dan semakin besar kerusakan yang ada baik bagi diri sendiri maupun bagi orang-orang di sekitarnya.

Al-Ghazali juga menegaskan bahwa perlindungan akal masuk dalam kategori *dharuriyyat* yaitu kebutuhan primer yang paling mendasar yang tidak bisa dilindungi dengan alasan apapun termasuk alasan kepentingan ekonomi. Artinya dalam pandangan Al-Ghazali keuntungan yang diperoleh oleh penjual dan *platform* dari penjualan minuman beralkohol sama sekali tidak bisa dijadikan alasan untuk membiarkan adanya kerusakan akal pada manusia. Bagaimanapun besarnya keuntungan yang didapatkan tetap tidak sebanding dengan kerusakan yang ditimbulkan karena dalam perspektif *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* perlindungan akal manusia harus selalu didahulukan di atas kepentingan ekonomi manapun.

2. Analisis dari Perspektif *Hifz an-nasl* (Perlindungan Keturunan)

Selain *hifz al-'aql* (perlindungan akal) kekosongan norma yang sudah dibahas sebelumnya juga berdampak terhadap *hifz an-nasl* (perlindungan keturunan). Dalam pandangan al-ghazali *hifz an-nasl* bukan hanya membahas soal larangan zina tetapi juga mencakup seluruh upaya

⁶⁴ Ayu and Tamara, "Kebijakan Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol Melalui Platform E-Commerce."

untuk memastikan bahwa generasi penerus bangsa harus tumbuh dalam kondisi yang sehat secara fisik, mental, dan moral. Buktinya bisa dilihat langsung pada gambar 1 dan 2 di mana toko-toko penjual minuman beralkohol di shopeefood beroperasi secara terbuka tanpa ada hambatan apapun karena bisa digunakan oleh siapapun secara gratis tanpa ada pengecekan usia sama sekali.

Dampak alkohol pada anak-anak dan remaja sudah sangat jelas dan tidak bisa diabaikan begitu saja. Karena otak remaja masih dalam tahap berkembang sehingga paparan alkohol pada usia ini bisa menyebabkan kerusakan dan kerugian. Kemampuan belajar dan daya ingat bisa terganggu yang mengakibatkan depresi kecemasan meningkat, yang paling mengkhawatirkan adalah anak yang mulai mengonsumsi alkohol sejak usia muda juga berisiko akan kecanduan alkohol saat dewasa. Ketika generasi tumbuh dengan kondisi seperti ini maka bukan hanya satu orang yang rugi tetapi seluruh masyarakat ikut menanggung dampaknya dalam jangka panjang. Inilah mengapa al-ghazali menempatkan *hifz an-nasl* masuk dalam kategori *dharuriyyat* yaitu sesuatu yang paling mendasar dan tidak bisa dipertahankan dengan kepentingan ekonomi manapun.⁶⁵

3. Analisis dari *Hifz al-nafs* (Perlindungan Jiwa)

Kekosongan norma dalam pengaturan minuman beralkohol di platform marketplace juga berdampak langsung pada keselamatan jiwa.

⁶⁵ Tadjudin, "Corak Pemikiran Hukum Teologi Asy ' Ariyyah ; Studi Pemikiran Hukum Abu Hamid Al-Ghazali (450 H- 505 H) Dalam Al-Mustashfa Min 'Ilm Al-Ushul."

Ḥifẓ al-nafs dalam pandangan al-ghazali membahas seluruh upaya untuk menjaga keselamatan dan kesehatan fisik manusia dari segala sesuatu yang bisa membahayakan nyawa dan kesehatannya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam perspektif inilah larangan mengonsumsi minuman beralkohol dalam Islam juga mempunyai dasar karena alkohol adalah zat yang secara ilmiah sudah terbukti bisa menyebabkan kerusakan pada tubuh manusia.

Penjualan melalui platform marketplace berisiko terhadap *ḥifẓ al-nafs* ini menjadi semakin besar karena semakin mudah minuman beralkohol didapatkan maka semakin sering juga orang akan membelinya. Seperti yang terlihat pada gambar 2 toko Topsy Tales Malang bahkan menjajikan pengiriman dalam waktu tiga puluh menit dengan itu seseorang tidak perlu keluar rumah dan tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan minuman beralkohol. Semakin mudah kita mendapatkan sesuatu maka semakin tinggi kemungkinan orang akan sering mengonsumsinya dan dalam jumlah yang lebih banyak. Dalam konteks minuman beralkohol kondisi ini sangat berbahaya karena makin banyak orang mengonsumsi maka semakin besar risiko kerusakan pada kesehatan dan keselamatan manusia.⁶⁶

Al-ghazali menempatkan *ḥifẓ al-nafs* sebagai unsur kedua dalam urutan *al-kulliyāt al-khams* setelah *ḥifẓ al-dīn* yang menunjukkan bahwa sangat penting perlindungan jiwa dalam perspektif Maqāṣid Asy-Syarī'ah .

⁶⁶ Audrine, "Reformasi Kebijakan Untuk Akses Online Minuman Beralkohol Yang Aman Di Indonesia."

Ini bukan tanpa alasan karena jiwa adalah segalanya bagi manusia dan tanpa jiwa yang sehat dan selamat manusia tidak akan bisa menjalankan hal-hal lainnya termasuk menjaga agama, akal, keturunan, dan hartanya. Oleh karena itu membiarkan minuman beralkohol dijual secara bebas tanpa aturan yang jelas di *platform marketplace* bisa menjadikan risiko terhadap keselamatan jiwa masyarakat karena tidak ada tanggung jawab untuk menghentikannya, padahal melindungi jiwa masyarakat adalah kewajiban negara yang tidak bisa diabaikan begitu saja.⁶⁷

4. Analisis dari Prespektif *Hifẓ al-māl* (Perlindungan Harta)

Perspektif *hifẓ al-māl* atau perlindungan harta adalah kekosongan norma dalam pengaturan penjualan minuman beralkohol di *platform marketplace*. dalam pandangan al-ghazali *hifẓ al-māl* tidak hanya berkaitan dengan larangan mencuri, merampok, atau mengambil harta orang lain tetapi juga membahas yang lainnya yaitu larangan menggunakan harta untuk hal-hal yang tidak dibenarkan oleh syariat dari tidak mendatangkan manfaat yang nyata bagi kehidupan manusia. Penggunaan harta untuk membeli minuman beralkohol adalah salah satu bentuk penggunaan harta yang tidak dibenrakan dalam Islam karena harta dihabiskan untuk sesuatu yang justru mendatangkan mudharat bukan manfaat.

Dalam konteks *platform marketplace* mengenai *hifẓ al-māl* ini memiliki sudut pandang yang lebih luas. Dari sisi konsumen kemudahan

⁶⁷ Tadjudin, “Corak Pemikiran Hukum Teologi Asy ’ Ariyyah ; Studi Pemikiran Hukum Abu Hamid Al-Ghazali (450 H- 505 H) Dalam Al-Mustashfa Min ’Ilm Al-Ushul.”

mengakses terhadap minuman beralkohol melalui *platform marketplace* berpotensi membuat pengeluaran untuk membeli minuman beralkohol menjadi semakin besar. Karena belanjanya bisa dilakukan tanpa keluar rumah dan ditambah dengan berbagai promo seperti pada gambar 1 di mana toko-toko alkohol di shopeefood menawarkan diskon 20% dan gratis ongkos kirim membuat orang terdorong untuk membeli minuman beralkohol jadi lebih sering dan lebih banyak.⁶⁸

Sedangkan dari sisi masyarakat dan negara peredaran minuman beralkohol yang tidak terkontrol di *platform marketplace* berdampak pada kerugian ekonomi yang sangat besar yang harus ditanggung secara bersama-sama. Biaya kesehatan yang sangat besar dikeluarkan oleh masyarakat dan pemerintah untuk menangani berbagai penyakit yang penyebabnya adalah mengonsumsi alkohol itu merupakan beban ekonomi yang sangat besar. Selain itu bisa menjadikan seseorang jadi malas bekerja akibat kecanduan alkohol dan juga mengakibatkan angka kecelakaan serta berbagai kerugian sosial ekonomi lainnya yang berkaitan dengan konsumsi alkohol semuanya merupakan bentuk kerusakan terhadap *ḥifẓ al-māl* yang dampaknya bukan hanya dirasakan sendiri tetapi juga oleh masyarakat.⁶⁹

5. Analisis dari Perspektif *Ḥifẓ al-dīn* (Perlindungan Agama)

⁶⁸ Risma Dewi Hermawan and Rina Arum Prastyanti, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Aplikasi Grab Toko),” *Sanskara Hukum Dan HAM* 2, no. 02 (2023): 127–36, <https://doi.org/10.58812/shh.v2i02.307>.

⁶⁹ Rifva Putri Abie Sutarya, Enni Soerjati Priowirjanto, “Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Penyelenggara Sistem Elektronik Atas Promosi Minuman Beralkohol Berdasarkan Hukum Positif Indonesia.”

Selain keempat permasalahan yang sudah dibahas di atas penjualan minuman beralkohol yang bebas dan tidak terkontrol di *platform marketplace* juga berkaitan dengan *ḥifẓ al-dīn* (perlindungan agama) meskipun tidak berkaitan langsung dibandingkan dengan tiga unsur sebelumnya. Al-ghazali menempatkan *ḥifẓ al-dīn* sebagai unsur yang paling utama dalam urutan *al-kullīyyāt al-khams* karena agama adalah sumber segala nilai dan norma yang mengatur kehidupan manusia dan fondasi dari seluruh aspek kehidupan manusia.

Kaitannya dengan penjualan minuman beralkohol di *platform marketplace* terdapat fakta bahwa semakin mudah seseorang mendapatkan dan mengosumsi minuman beralkohol maka semakin besar potensi terhadap kerusakan pada aspek keagamaannya. Seseorang yang kecanduan alkohol akan mengalami kesulitan dalam menjalankan kewajiban agamanya karena minuman beralkohol sudah menjadikan hilangnya kesadaran yang menjadi salah satu syarat sahnya dalam beribadah. Apabila sholatnya tidak sah pada saat dilakukan oleh orang dalam keadaan mabuk itu merupakan salah satu alasan mengapa pengharaman khamar dalam Al-Qur'an dikaitkan langsung dengan larangan mengerjakan sholat dalam keadaan mabuk . yang perlu diwaspadai adalah ketika minuman beralkohol semakin mudah didapatkan melalui *platform marketplace* maka lama-kelamaan

mengonsumsi alkohol bisa menjadi sesuatu yang dianggap biasa di kalangan masyarakat.⁷⁰

⁷⁰ Tadjudin, “Corak Pemikiran Hukum Teologi Asy’ Ariyyah ; Studi Pemikiran Hukum Abu Hamid Al-Ghazali (450 H- 505 H) Dalam Al-Mustashfa Min ‘Ilm Al-Ushul.”

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap Peraturan Penjualan Minuman Beralkohol Pada *Platform Marketplace* Perspektif *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* , maka dapat ditarik beberapa kesimpulan berikut.

Pertama, terkait pengaturan hukum positif Indonesia terhadap penjualan minuman beralkohol melalui *platform marketplace* terdapat kekosongan norma. Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2013 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 yang selama ini menjadi dasar hukum pengaturan penjualan minuman beralkohol yang sama sekali tidak menyebut mengenai platform marketplace. peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 juga bersifat umum dan tidak membahas ketentuan khusus mengenai komoditas terkontrol seperti minuman beralkohol. Satu-satunya regulasi yang pernah menyentuh permasalahan ini adalah Peraturan BPOM Nomor 8 Tahun 2020, namun implementasinya ditarik hanya tiga bulan setelah ditetapkan sehingga terdapat kekosongan norma. Kondisi ini membuat situasi yang tidak seimbang di mana penjualan minuman beralkohol secara offline diatur dengan sangat tegas melalui kewajiban izin usaha khusus, pembatasan lokasi, verifikasi usia pembeli, dan pengawasan langsung oleh aparat. Sementara penjualan minuman beralkohol

melalui *platform marketplace* bisa langsung secara bebas tanpa kewajiban yang sesuai, tanpa mekanisme verifikasi usia, dan tanpa ada mekanisme pengawasan yang sesuai dari pihak manapun.

Kedua, dari perspektif *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* kekosongan norma tersebut bukan hanya persoalan hukum saja tetapi juga bertentangan secara langsung dengan tujuan-tujuan pokok syariat Islam dalam melindungi lima pokok mendasar yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Penjualan minuman beralkohol yang bebas dan tidak terkontrol di *platform marketplace* bisa berisiko mengenai *ḥifẓ al-'aql* karena ada kemudahan akses mendorong peningkatan konsumsi yang merusak akal, *ḥifẓ an-nasl* karena tidak adanya verifikasi usia membuka akses bagi anak di bawah umur, *ḥifẓ al-naḥs* karena meningkatnya mengonsumsi maka meningkatnya juga risiko kesehatan dan keselamatan jiwa, *ḥifẓ al-māl* karena mendorong pemborosan harta untuk sesuatu yang mendatangkan mudharat, serta *ḥifẓ al-dīn* karena menormalisasi konsumsi alkohol yang pada akhirnya bisa merusak kesadaran beragama. Oleh karena itu dari perspektif *Maqāṣid Asy-Syarī'ah* pembentukan regulasi yang secara khusus mengatur dan membatasi penjualan minuman beralkohol di *platform marketplace* adalah suatu kewajiban yang tidak bisa ditunda lebih lama lagi.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat. Pertama, kepada Kementerian Perdagangan dan Badan Pengawas Obat dan Makanan agar segera merumuskan regulasi yang secara khusus mengatur penjualan minuman beralkohol melalui *platform marketplace*, yang tidak mewajibkan verifikasi usia untuk pembeli melalui sistem elektronik secara efektif dan kewajiban *platform* untuk menverifikasi izin usaha penjual selain itu juga tidak ada pembatasan jam operasional bagi penjualan serta tidak ada mekanisme tanggung jawab *platform* yang jelas dan sanksi yang tegas bagi pelanggar. BPOM juga perlu membangun sistem pemantauan pada *platform digital* yang mampu mendeteksi penjualan produk-produk minuman beralkohol di berbagai platform marketplace secara aktif tanpa harus menunggu laporan dari masyarakat terlebih dahulu.

Kedua, kepada penyelenggara *platform marketplace* seperti shopeefood agar tidak lagi agar tidak berdalih sebagai pihak yang sekedar menyediakan sarana pertemuan antara penjual dan pembeli, melainkan mengambil peran aktif dalam memastikan bahwa setiap penjual minuman beralkohol yang beroperasi di dalam sistemnya telah memiliki izin usaha yang sah dan menerapkan sistem pembatasan akses bagi pengguna yang belum memenuhi syarat atau anak di bawah umur. Kemampuan ini seharusnya sudah digunakan sejak sekarang bahkan sebelum ada regulasi yang mewajibkannya karena perlindungan konsumen termasuk

perlindungan terhadap anak dibawah umur adalah tanggung jawab moral yang tidak perlu menunggu perintah regulasi untuk dijalankan.

Ketiga, kepada aparat penegak hukum agar melakukan pengawasan yang lebih aktif terhadap penjualan minuman beralkohol di *platform marketplace* dan tidak menunggu adanya laporan terlebih dahulu untuk mengambil tindakan. Ketiadaan regulasi yang secara spesifik mengatur hal ini tidak berarti bahwa aparat tidak bisa mengambil tindakan sama sekali karena berbagai ketentuan yang ada dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku saat ini seperti ketentuan tentang perlindungan konsumen, ketentuan perdagangan ilegal, serta ketentuan tentang perlindungan anak masih bisa dijadikan dasar hukum untuk menindak praktik-praktik yang jelas-jelas merugikan masyarakat.

Keempat, kepada peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini lebih jauh dengan mengkaji aspek-aspek yang belum terjangkau dalam penelitian ini, seperti mekanisme pengawasan lintas lembaga yang ideal dan perbandingan regulasi dengan negara-negara lain yang telah memiliki ketentuan yang sama serta kajian mendalam mengenai efektivitas sanksi yang bisa dijatuhkan kepada *platform marketplace* yang lalai dalam menjalankan kewajibannya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- As-zSidawi, Abu Ubaidah YUsuf bin Mukhtar. *Fiqih KOntemporer*. Gresik: Media Dakwah Al Furqon, 2013.
- Auda, Jasser. *Membumikan Hukum Islam Melalui Maqasid Syariah*. Bandung: Mizan Media Utama, 2015. <https://books.google.co.id/books?id=JOmBEQAAQBAJ>.
- Ayu, Gusti, and Millenia Tamara. “Kebijakan Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol Melalui Platform E-Commerce.” *Jurnal Kertha Desa* 10, no. 3 (2016): 211–22.
- Basri, Rusdaya. *Ushul Fikih*. parepare: IAIN PAREPARE NUSANTARA PRESS, 2019.
- Bisri, Hasan. *Struktur Konseptual Ushul Fiqh*. Edited by Iendy Zelviean Adhari. Vol. 15. Bandung: Grup CV. Widina Media Utama, 2021.
- Fence M. Wantu. *Pengantar Ilmu Hukum. Revita Cendekia*. Vol. 22. Gorontalo: Reviva Cendekia, 2015.
- Gunardi. *Metode Penelian Hukum*. Jakarta Selatan: Damera Press, 2022.
- Kusumatriisna, Adam Luthfi. “Statistik E-Commerce 2023.” edited by Fadhlullah. Jakarta: Badan Pusat Statistik BPS-Statistic Indonesia, 2025.
- Mahfud, Muh. Afif. *Pengantar Ilmu Hukum. Semarang 50143*. Vol. 15. Semarang: Yoga Pratama, 2024.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum: Edisi Revisi*. Jakarta: Prenada Media, 2017. <https://books.google.co.id/books?id=CKZADwAAQBAJ>.

- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press, 2020.
- Muhammad Ikhlas Rosele, Syed Mohd Jeffri Syed Jaafar, and Mohd Anuar Ramli. "Prinsip-Prinsip Halal Dan Haram Menurut Yusuf Al-Qaradawi," n.d., 118–25.
- Nur Solikin. *Pengantar Metodeolgi Penelitian Hukum*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2021.
- Rahardjo, Satjipto. *Hukum Dalam Jagat Ketertiban*, 2006.
- Situmeng, Sahat Maruli T. *Cyber Law*. Bandung: CV.Cakra, 2020.
<https://doi.org/10.52458/9789391842758.2022.eb.grf.asu.ch-05>.
- Syarif, Muhammad, Rizki Ramadhani, Muhammad Aji Wisnu Graha, Tri Yanuaria, Mohamad Hidayat Muhtar, Nur Asmah, Muh. Akbar Fhad Syahril, et al. *Metode Penelitian Hukum*. Edited by Ari Yanto. Kota Padang Sumatera Barat: GET Press Indonesia, 2024.

JURNAL

- Audrine, Pingkan. "Reformasi Kebijakan Untuk Akses Online Minuman Beralkohol Yang Aman Di Indonesia." *Center for Indonesian Policy Studies*, no. 31 (2021).
- Ayu, Gusti, and Millenia Tamara. "Kebijakan Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol Melalui Platform E-Commerce." *Jurnal Kertha Desa* 10, no. 3 (2016): 211–22.
- Candra, I Gusti Ayu Agung Dwi, and I Nengah Suantra. "Urgensi Pengaturan Pengawasan Terhadap Peredaran Jual-Beli Minuman Beralkohol Secara Daring/Online." *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum* 9, no. 1 (2021): 1–11.
- Fauzi, M. "Urgensi Ijtihad Saintifik Dalam Menjawab Problematika Hukum Transaksi Kontemporer" 13, no. 2 (2013): 1–21.
- Firdaus, Farah Fauziah, Nurrohman Syarif, and Ridwan Eko Prasetyo. "Implementasi Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2021 Tentang Penegakan Hukum Terhadap

- Pelanggaran Peredaran Dan Penggunaan Minuman Beralkohol Di Kabupaten Bandung Perspektif Siyasah Dusturiyah.” *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development* 7, no. 5 (2025): 3177–89. <https://doi.org/10.38035/rrj.v7i5.1699>.
- Lukito, Imam. “Tantangan Hukum Dan Peran Pemerintah Dalam Pembangunan E-Commerce.” *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, 2017, 349–67. <https://ejournal.balitbangham.go.id/index.php/kebijakan/article/view/309/pdf>.
- Rifva Putri Abie Sutarya, Enni Soerjati Priowirjanto, Tasya Safiranita. “Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Penyelenggara Sistem Elektronik Atas Promosi Minuman Beralkohol Berdasarkan Hukum Positif Indonesia.” *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 3, no. 11 (2022): 1219–34.
- Santika, Tanisha Alika Queena. “Pengaturan Penjualan Minuman Beralkohol Melalui Platfrom Digital Di Kota Bandung Berdasarkan Perundang-Undangan Terkait,” 2024.
- Syihab, Muhammad Baiquni. “Telaah Kritis Pemikiran Jasser Auda Dalam Buku ‘Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach.’” *AN NUR: Jurnal Studi Islam* 15, no. 1 (2023): 114–36. <https://doi.org/10.37252/annur.v15i1.455>.
- Tadjudin, Azi Ahmad. “Corak Pemikiran Hukum Teologi Asy ’ Ariyyah ; Studi Pemikiran Hukum Abu Hamid Al-Ghazali (450 H- 505 H) Dalam Al-Mustashfa Min ’Ilm Al-Ushul.” *Jurnal Muttaqien* 1, no. 1 (2020): 1–17.
- Hermawan, Risma Dewi, and Rina Arum Prastyanti. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Aplikasi Grab Toko).” *Sanskara Hukum Dan HAM* 2, no. 02 (2023): 127–36.
- Zaky, M. “Formulasi Standar Masalah Dalam Hukum Islam (Studi Atas Pemikiran Al-Ghazali Dalam Kitab Al-Mustashfa).” *Al-Risalah: Jurnal Ilmu Syariah Dan*

Hukum 13, no. 1 (2013).

Peraturan Perundang-Undangan dan Putusan

BPOM RI. “Pedoman Pengelolaan Obat Dan Bahan Pangan. Jakarta: BPOM RI.”

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2020, n.d.

“Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2019 Tentang Perubahan Keenam Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20/M-Dag/Per/4/2014 Tentang Pengendalian Dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, Dan Penjualan Minuman Beralkohol,” 2019.

“Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023, Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik,” 2023.

“Peraturan Badan Pengawasan Obat Dan Makanan Nomor 32 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 8 Tahun 2020 Tentang Pengawasan Obat Dan Makanan Yang Diedarkan Secara Daring,” 2020.

Peraturan Pemerintah No 80. “Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik,” 2019.

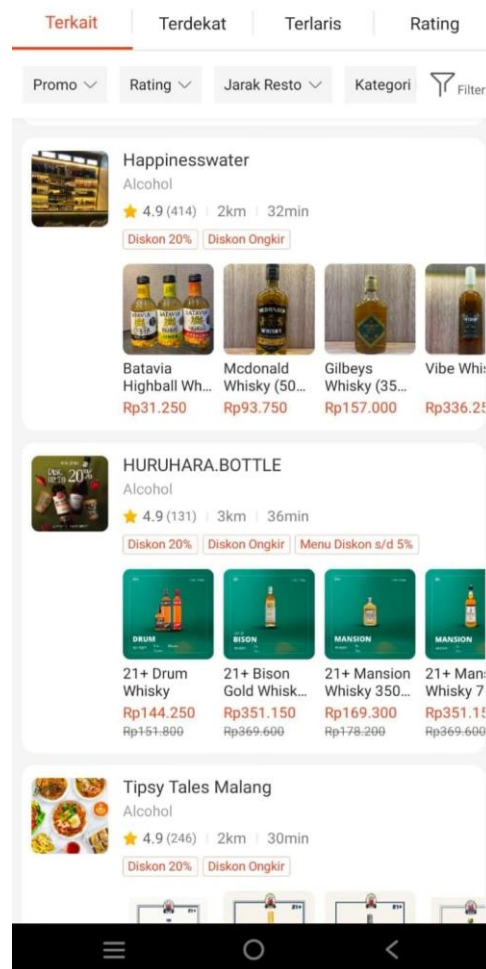
“Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2013 Tentang Pengendalian Dan Pengawasan Minuman Beralkohol”

“Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan,”

“UNDang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik,”

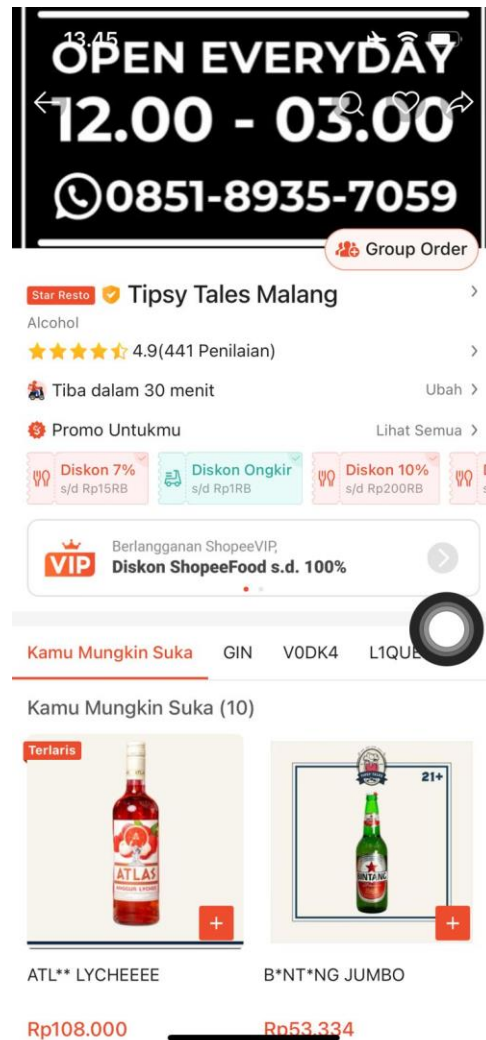
LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Penjualan di Shopeefood



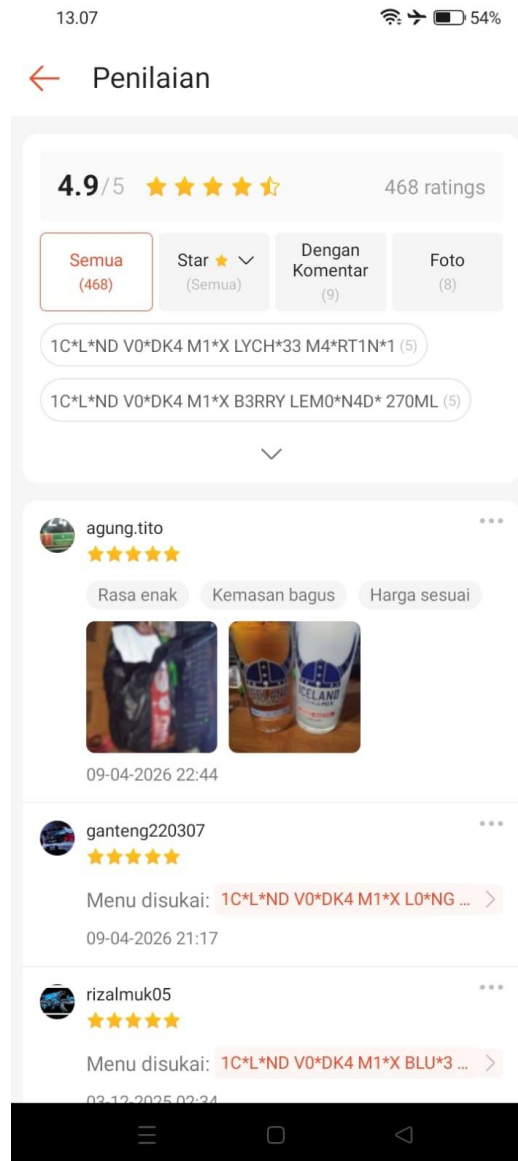
Gambar 1: Tampilan penjualan minuman beralkohol pada aplikasi ShopeeFood

Lampiran 2 Bukti Penjualan di Shopeefood



Gambar 1: Tampilan penjualan minuman beralkohol pada aplikasi ShopeeFood

Lampiran 3 Bukti Memberikan Penilaian



Gambar 3: Tampilan Pembeli memberikan penilaian dan ulasan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. IDENTITAS DIRI

Nama	:	Jami'atul Istiqomah
Tempat, Tanggal Lahir	:	Lamongan, 17 September 2002
NIM	:	220202110072
Prodi	:	Hukum Ekonomi Syariah
Alamat Rumah	:	Gang pattimura, RT.3/RW.6, Dsn. Mencorek, Ds. Sendangharjo, Kec. Brondong, Kab. Lamongan
Nomor HP	:	085843861855
Alamat Email	:	jamiatulistiqomah5@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

SD	:	MIM 05 Mencorek
SMP	:	SMPM 14 Karangasem Paciran
SMA	:	SMAIT Al-Uswah Tuban
Strata 1 (S1)	:	