

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP SNACK IMPOR TANPA
IZIN EDAR YANG DIJUAL MELALUI SHOPEE**



SKRIPSI

Oleh :

AGHESA YUDIA PUTRI

No. Mahasiswa : 15410171

PROGRAM STUDI S1 ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2019

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP SNACK IMPOR
TANPA IZIN EDAR YANG DIJUAL MELALUI SHOPEE**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana (Strata-1) pada Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia**

Yogyakarta

Oleh:

AGHESA YUDIA PUTRI

No. Mahasiswa: 15410171

PROGRAM STUDI (S1) ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP SNACK IMPOR
TANPA IZIN EDAR YANG DIJUAL MELALUI SHOPEE**

Telah diperiksa dan disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi untuk Diajukan ke
Depan Tim Penguji dalam Ujian Tugas Akhir / Pendadaran
Pada Tanggal 06 Agustus 2019



Yogyakarta, 06 Agustus 2019

Dosen Pembimbing Skripsi,

Pembimbing I

Sujitno, S.H., M.Hum.

NIP. 19541111 198212 1 001

Pembimbing II

Riky Restam, S.H., M.Hum.

NIP.154101313

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP SNACK IMPOR TANPA

IZIN EDAR YANG DIJUAL MELALUI SHOPEE

Telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji dalam Ujian Tugas Akhir /
Pendadaran Pada tanggal 13 September 2019 dan dinyatakan LULUS

Yogyakarta, 13 September 2019

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Dr. Aunur Rohim Faqih, S.H., M.Hum.

Anggota : H. Sujitno, S.H., M.Hum.

Anggota : H. Nurjihad, S.H., M.H.

Mengetahui:

Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Fakultas Hukum

Dekan



Dr. Abdul Jazil S.H., M.H.

NIK 904100102

SURAT PERNYATAAN

**ORISINALITAS KARYA TULIS ILMIAH BERUPA TUGAS AKHIR
MAHASISWA FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

Bismillahirrohmanirrohim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Aghesa Yudia Putri

NIM : 15410171

Adalah benar-benar mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah melakukan penulisan Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa Skripsi dengan judul: **PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP SNACK IMPOR TANPA IZIN EDAR YANG DIJUAL MELALUI SHOPEE**

Karya Ilmiah ini saya ajukan kepada Tim Penguji dalam ujian Pendadaran yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Sehubungan dengan hal tersebut dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa karya tulis ilmiah ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri yang dalam penyusunan tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika, dan norma-norma penulisan sebuah karya tulis ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Bahwa saya menjamin hasil yang dapat dikategorikan sebagai melakukan perbuatan karya ilmiah ini benar-benar asli (orisinil), bebas dari unsur-unsur "penjiplakan karya ilmiah (plagiat)".
3. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas karya ilmiah ini ada pada saya, namun demi kepentingan-kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia dan Perpustakaan di Lingkungan Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya tulis ini.

Selanjutnya berkaitan dengan hal di atas (terutama pernyataan butir no.1 dan no. 2), saya sanggup menerima sanksi baik administrative, akademik, bahkan sanksi pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut. Saya juga akan bersifat kooperatif untuk hadir, menjawab, membuktikan, melakukan terhadap pembelaan hak-hak dan kewajiban saya, di depan majelis atau tim Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang ditunjuk oleh pimpinan fakultas, apabila tanda-tanda plagiat

disinyalir/terjadi pada karya ilmiah saya ini oleh pihak Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam kondisi sehat jasmani dan rohani, dengan sadar dan tidak ada tekanan dalam bentuk apapun dan oleh siapapun.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada Tanggal : 06 Agustus 2019

Pembuat Pernyataan



AGHESA YUDIA PUTRI

لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ مُحَمَّدٌ رَسُوْلُهُ

CURICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : AGHESA YUDIA PUTRI
2. Tempat Lahir : Tegal
3. Tanggal Lahir : 20 Agustus 1997
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Golongan Darah : B
6. Alamat Asal : Jalan Merpati, Balapulang Kulon, Tegal
7. Alamat Terakhir : Jalan Merpati, Balapulang Kulon, Tegal
8. Identitas Orang Tua/ Wali
 - a. Nama Ayah : YUWONO, S.E.
Pekerjaan : PNS
 - b. Nama Ibu : HENDIYANINGRUM
Pekerjaan : Primkokar
9. Alamat Orang Tua : Jalan Merpati, Balapulang Kulon, Tegal
10. Riwayat Pendidikan
 - a. SD : SD Negeri 2 Balapulang
 - b. SMP : SMP Negeri 1 Balapulang
 - c. SMA : SMA Negeri 3 Slawi
 - d. Kuliah : Fakultas Hukum Universitas Islam
Indonesia
11. Riwayat Organisasi : 1. Organisasi Pramuka SMP Negeri
1 Balapulang Periode 2011-2012

2. Organisasi Siswa Intra Sekolah SMP
Negeri 1 Balapulang Periode 2013-2015

12. Prestasi :-

13. Hobi

- 1) Olahraga Renang
- 2) Menonton Film
- 3) *Food Traveler*

Yogyakarta, 06 Agustus 2019

Yang bersangkutan,

AGHESA YUDIA PUTRI
NIM: 15410171



HALAMAN MOTTO

“keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat”

(Winston Churchill)

“You Never Walk Alone”

(Aghesa Yudia Putri)

“mimpi tidak pernah menyakiti siapapun jika dia terus bekerja tepat dibelakang mimpinya untuk mewujudkannya semaksimal mungkin”

(F.W. Woolworth)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua Orangtuaku, Bapak dan Ibuku **Yuwono, S.E.** dan **Hendiyaningrum**
2. Kakaku, Dea Ayu Pradipta, **S.H., M.Kn.** dan Iga Ayu Yuandita, **S.T.**
3. Dosen Pembimbing Skripsiku, **Bapak Sujitno, S.H., M.Hum.** dan **Bapak Riky Rustam, S.H., M.H.**
4. Dosen Pembimbing Akademik, **Bapak Dr. Aunur Rohim Faqih , S.H., M.Hum.**
5. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahillairobil'alamin, segala puji dan syukur senantiasa dan tak henti-hentinya penulis mengucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya lah, skripsi yang berjudul **“PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP SNACK IMPOR TANPA IZIN EDAR YANG DIJUAL MELALUI SHOPEE”** telah dapat terselesaikan. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan pada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun dari zaman kegelapan dan memberi suri tauladan yang baik.

Sebuah perjalanan yang cukup panjang dan melelahkan karena menguras baik tenaga, pikiran maupun emosi serta lika-liku adalah sebuah warna tersendiri atas terselesainya skripsi ini. Skripsi ini disusun oleh penulis dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Strata-1 (S1) Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta dan sebagai bukti bahwa penulis memiliki komitmen untuk menyelesaikan sebagian tanggungjawabnya sebagai mahasiswi yang ingin menyelesaikan studi, serta nantinya siap untuk melanjutkan dan mengabdikan kepada masyarakat sesuai dengan disiplin ilmu yang dipelajari dengan jujur dan amanah. Hal ini dilakukan demi mengimplementasikan Catur Dharma Universitas Islam Indonesia, yaitu Pendidikan, Penelitian, Pengabdian Masyarakat, dan Dakwah Islamiah. Namun penulis sadar hanyalah manusia biasa, menyadari memiliki segala kekurangan dan keterbatasan ilmu pengetahuan yang dimiliki dalam penyelesaian skripsi atau tugas

akhir ini, sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun akan sangat bermanfaat bagi penulis sebagai evaluasi dan berproses penulis di kemudian hari.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan dengan sangat tulus rasa terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Allah SWT atas berkat, rahmat, hidayah, dan nikmat yang tak terhingga serta pertolongan dan kemudahan-Nya, skripsi ini dapat diselesaikan oleh penulis.
2. Dosen Pembimbing Skripsi, **Bapak Sujitno, S.H., M.Hum. dan Riky Rustam, S.H., M.H.**, yang telah tulus, sabar, dan ikhlas senantiasa memberikan sumbangsih pemikiran, arahan, dan bimbingannya kepada penulis serta semangat dan kecerdasan beliau yang selalu menjadi motivasi dan menginspirasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen Pembimbing Akademik, **Bapak Dr. Aunur Rohim Faqih, S.H., M.Hum.**, yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, dan arahan kepada penulis selama berada di Fakultas Hukum UII.
4. Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, **Bapak Dr. Abdul Jamil, S.H.,MH.**
5. Dosen Departemen Hukum Perdata di Fakultas Hukum UII, yang telah mengajari penulis di bangku perkuliahan sehingga penulis memahami mengenai hukum perdata.

6. Seluruh Dosen yang pernah menjadi pengampu penulis selama dalam perkuliahan yang telah memberikan ilmu selama penulis berada di Fakultas Hukum UII.
7. Bapak dan Ibu petugas perpustakaan Fakultas Hukum UII yang telah direpotkan penulis ketika mencari referensi-referensi buku.
8. Kedua orangtuaku, **Bapak Yuwono** dan **Ibu Hendiyaningrum** yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Kakakku **Dea Ayu Pradipta, S.H., M.Kn.** dan **Iga Ayu Pradipta, S.T.** yang selalu membagikan pengalaman dan ilmu serta dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Para sahabat seperjuangan di Fakultas Hukum UII yang telah penulis anggap sebagai keluarga (**Vania Ananda Iryani, Ayu Putri Marlina, Mega Aroem Adiprati, Amalia Sholikhah, Dhieka Citra Perdana**) dan masih banyak lagi yang tidak akan ada habisnya jika penulis sebutkan satu persatu terimakasih telah membuat masa-masa kuliah penuh warna.
11. Teman-teman KKN UNIT 109 Dusun Kapung kulon, Ambalresmi, Kebumen. **Helen, Novan, Hanung, Ucup, Rio, Zulian, dan alif** yang telah saling bertukar ilmu dari berbagai macam jurusan dan ilmu pengetahuan.
12. Sahabat-sahabatku **Afidah Khairina, Olladio Monatika Yusti , Bella Pratidina, Betty Utami Khasana, Dicky Wahyu Soesilo Pratama,**

Muhammad Muzaki yang selalu mendukung, menghibur, dan membantu penulis selama ini.

13. Semua pihak yang telah mendukung dalam pembuatan skripsi ini,

Demikian ungkapan rasa syukur dan terimakasih penulis terhadap pihak-pihak yang telah memberikan dorongan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Yogyakarta, 06 Agustus 2019

AGHESA YUDIA PUTRI

NIM: 15410171



DAFTAR ISI

COVER JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR Error! Bookmark not defined.	
SURAT PERNYATAAN	iv
CURICULUM VITAE	v
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Teori	6
F. Metode Penelitian	21
G. Sistematika Penulisan	24
BAB II TINJAUAN MENGENAI PERLINDUNGAN HUKUM,	
PERLINDUGAN KONSUMEN, HUKUM PERJANJIAN DAN LABEL	26
A. Perlindungan Hukum	26

1.	Pengertian Perlindungan Hukum	26
2.	Bentuk Perlindungan Hukum	27
B.	Perlindungan Konsumen	28
1.	Asas - asas Perlindungan Konsumen	30
2.	Tujuan Perlindungan Konsumen	33
3.	Tanggung Jawab Pelaku Usaha	33
4.	Sanksi-Sanksi	36
5.	Tanggung Jawab Produk	38
C.	Teori Dasar Hukum Perjanjian	39
D.	Label	44
E.	Tinjauan Umum Mengenai <i>E-Commerce</i> (Shopee)	48
F.	Tinjauan Hukum Islam tentang Perlindungan Konsumen	55
BAB III PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP SNACK IMPOR		
TANPA IZIN EDAR YANG DIJUAL MELALUI SHOPEE		56
BAB IV PENUTUP		72
A.	Kesimpulan	72
B.	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA		74

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perlindungan konsumen terhadap snack impor tanpa izin edar yang dijual melalui Shopee. Pada penulisan tugas akhir ini rumusan masalah yang diajukan yaitu mengenai bagaimana perlindungan konsumen atas snack impor tanpa izin edar yang dijual di Shopee. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif. Data penelitian dikumpulkan melalui studi pustaka dan studi dokumen. Analisis dilakukan dengan menggunakan metode analisis data kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pihak Shopee kurang memaksimalkan evaluasi terhadap produk snack impor yang dijual oleh pelaku usaha sesuai dengan kebijakan yang dimiliki shopee itu sendiri oleh karena itu shopee bertanggungjawab atas kelalaian tersebut sehingga shopee dan pedagang selaku importir wajib memberikan ganti rugi paling lambat lambat 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi, apabila sampai jangka waktu pemberian ganti rugi tidak dilakukan maka konsumen dapat mengajukan gugatan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau Badan Peradilan Umum di tempat kedudukan konsumen.

Kata-Kata kunci: *Snack Impor, tanpa izin edar, Shopee*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi dan komunikasi membawa dampak nyata terbukanya ruang dan kesempatan baru dalam perdagangan antarnegara, kegiatan ekspor impor barang dan jasa sudah tidak dapat dipungkiri lagi sejak diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) adalah sebuah integritas ekonomi negara-negara anggota ASEAN yang bertujuan untuk mengurangi hambatan-hambatan regional Asia Tenggara dalam perdagangan barang dan jasa, negara yang termasuk dalam anggota ASEAN adalah Indonesia, Malaysia, Singapura, Brunai Darussalam, Filipina, Thailand, Laos, Myanmar dan Vietnam.¹

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) adalah sebuah sistem pasar bebas antara sesama negara anggota ASEAN yang menghilangkan pajak atau bea cukai serta kebebasan negara untuk memasukan barangnya ke negara lain. Adapun tujuan dibentuknya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) adalah :²

1. Membangun suatu komunitas ekonomi tingkat ASEAN yaitu untuk negara-negara anggota ASEAN, untuk dija

¹ Sjamsul Arifin, *Masyarakat Ekonomi ASEAN:Memperkuat sinergi ASEAN di Tengah Kopentisi Global*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2008, hlm 20.

² https://kemlu.go.id/portal/id/read/122/halaman_list_lainnya/tentang-asean diakses 10 Mei 2019 jam 15.06 WIB

dikan sebagai suatu wadah integrasi ekonomi untuk kawasan ASEAN yang memiliki tingkat daya saing yang tinggi dan memiliki perekonomian yang makmur.

2. Mempercepat pertumbuhan ekonomi, kemajuan sosial dan pengembangan kebudayaan khusus di wilayah ASEAN.

Berlakunya MEA menyebabkan banyaknya produk impor menjadi tidak terbatas jumlahnya di pasar Indonesia. Salah satu produk impor yang sering dijumpai di pasar Indonesia adalah makanan khususnya berupa makanan ringan atau *snack*, *snack* merupakan makanan ringan baik berupa keripik, coklat atau permen. Terciptanya varian *snack* impor dengan berbagai inovasi baru menyebabkan semakin banyaknya jenis *snack* impor yang dipasok oleh importir ke Indonesia dengan melihat akan banyaknya minat masyarakat terhadap *snack* impor karena rasa penasaran masyarakat.

Kemajuan teknologi internet juga memudahkan pelaku usaha untuk memperluas bisnisnya dengan memperdagangkan produk *snack* impor secara *online* melalui toko online sehingga mempermudah konsumen untuk mendapatkannya, hal ini tentu membawa manfaat bagi konsumen karena konsumen mempunyai kebebasan untuk memilih sesuai dengan keinginan, namun di sisi lain konsumen akan menjadi sasaran objek aktivitas bisnis bagi pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperhatikan hak-hak konsumen.³

³ Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, PT Citra Aditya Bakti, Jakarta, 2003, hlm. 9.

Salah satu perbuatan pelaku usaha dalam bisnis makanan yang dapat merugikan konsumen adalah pelaku usaha memperdagangkan produk makanan yang tidak memenuhi persyaratan keamanan.⁴ Persyaratan keamanan yang dimaksud adalah setiap makanan baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri yang tujuannya untuk diperdagangkan wajib memiliki izin edar. Kewajiban izin edar ini ditentukan Pasal 91 ayat (1) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan (selanjutnya disebut sebagai Undang-Undang Pangan), hal ini untuk menjamin keamanan, mutu dan gizi makanan yang akan diedarkan.

Izin edar merupakan bentuk persetujuan pendaftaran makanan yang diberikan oleh Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan untuk dapat diedarkan di wilayah Indonesia, adanya izin edar ini ditandai dengan dicantulkannya nomor registrasi Badan Pengawasan Obat dan Makanan pada label kemasan Snack Impor yang diperdagangkan berupa kode MD untuk produk dalam negeri dan ML untuk produk luar negeri.⁵

Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) berdasarkan peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawasan Obat dan Makanan adalah lembaga non kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang pengawasan obat dan makanan dan memiliki tugas untuk memastikan bahwa makanan yang beredar memenuhi standar

⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2014, hlm 11.

⁵ Pasal 1 Angka 15 Peraturan Badan Pengawasan Obat dan Makanan No. 30 Tahun 2017 tentang Pengawasan Pemasukan Obat dan Makanan ke Dalam Wilayah Indonesia.

persyaratan keamanan, khasiat/manfaat, dan mutu produk yang ditetapkan serta tindakan penegakan hukum.

Namun tidak semuanya pelaku usaha memperhatikan pentingnya izin edar, hal ini dibuktikan dengan masih ditemukannya beberapa *snack* impor yang tidak memiliki izin edar yang berasal dari negara Malaysia dan Singapore di gudang importir maupun di toko *online* seperti Shopee yaitu *snack* Kinder happy hippo, irvins salted egg dan guinness. Tidak adanya nomor izin edar pada *snack* impor mengakibatkan hak konsumen atas informasi yang benar, jelas dan jujur tidak terpenuhi. Konsumen juga tidak mendapatkan jaminan keamanan saat mengkonsumsinya karena *snack* tersebut tidak melewati uji kelayakan oleh BPOM. Apabila ternyata terdapat kandungan yang dapat membahayakan konsumen di dalamnya, konsumen akan mengalami kesulitan dalam menuntut hak-haknya sebab pelaku usaha yang dituntut menjadi tidak jelas.

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen) disebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen, sedangkan konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan / atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Istilah “Perlindungan konsumen” berkaitan dengan perlindungan hukum .Oleh karena itu, perlindungan

konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan hanya sekedar fisik melainkan hak - haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen identik dengan perlindungan yang diberikan hukum terhadap hak- hak konsumen.⁶

Melihat dengan masih ditemukannya snack impor yang tidak memiliki izin edar menunjukkan bahwa hak-hak konsumen khususnya hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur masih banyak diabaikan oleh pelaku usaha demi mendapatkan keuntungan besar, sedangkan konsumen juga memerlukan perlindungan yang dapat menjamin keamanan dan kenyamanan dalam mengkonsumsi makanan yang beredar sehingga konsumen tidak mengalami kerugian baik materiil maupun imateriil.⁷

Dari latar belakang tersebut maka penulis akan membahas dalam skripsi yang berjudul “**Perlindungan Konsumen Terhadap Snack Impor Tanpa Izin Edar Yang Dijual Melalui Shopee**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

Bagaimana Perlindungan Konsumen snack impor tanpa izin edar yang dijual melalui Shopee ?

⁶ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Cara Serta Kendala Implementasinya*, Kencana, Jakarta, 2011, hlm 4.

⁷ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2013 hlm 1.

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui perlindungan konsumen terhadap snack impor tanpa izin edar yang dijual melalui shopee.

D. Manfaat Penelitian

1. Diharapkan dapat memberikan informasi bagi masyarakat agar lebih teliti dalam memilih dan membeli produk impor khususnya snack Impor.
2. Sebagai bahan untuk mengetahui secara khusus mengenai perlindungan konsumen snack impor yang tidak memiliki izin edar.

E. Kerangka Teori

1. Perlindungan Konsumen

Berdasarkan Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian Hukum untuk memberi perlindungan kepada Konsumen. Perlindungan konsumen merupakan istilah yang menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen sebagai jaminan perlindungan terhadap hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.

Oleh karena itu, jika berbicara mengenai perlindungan konsumen berarti mempersoalkan jaminan atau kepastian tentang terpenuhinya hak-hak konsumen. Pemahaman bahwa perlindungan konsumen mempersoalkan mengenai perlindungan hukum yang diberikan kepada

konsumen dalam usahanya untuk memperoleh barang dan jasa dari kemungkinan timbulnya kerugian karena penggunaannya, maka perlindungan konsumen dapat dikatakan sebagai hukum yang mengatur tentang pemberian perlindungan kepada konsumen sebagai pemenuhan kebutuhannya yang menjadi hak sebagai konsumen.

a. Konsumen dan Pelaku Usaha

1) Konsumen

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Secara harafiah arti kata *consumer* adalah setiap orang yang menggunakan barang.⁸ Konsumen pada umumnya sebagai pemakai terakhir produk yang didapat dari pengusaha, dapat diartikan sebagai orang yang mendapatkan barang untuk dipakai sendiri tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.⁹

Pengertian konsumen berdasarkan *Directive* adalah pribadi yang menderita kerugian sebagai akibat penggunaan produk yang cacat bagi dirinya sendiri. Jadi Konsumen yang berwenang mengajukan pengajuan dan mendapatkan

⁸ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm 115.

⁹ Ahmadi Miru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Rajawali Pers, Jakarta, 2011, hlm 5.

kompensasi atas kerugian yang dideritanya yaitu pemakaian produk cacat untuk keperluan diri sendiri.¹⁰

Istilah “konsumen” sebagai definisi yuridis formal ditemukan pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan konsumen adalah setiap orang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹¹

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa semua orang adalah konsumen karena membutuhkan barang dan/atau jasa untuk mempertahankan hidupnya sendiri, keluarganya ataupun untuk memelihara/merawat harta bendanya.¹²

Pakar masalah konsumen di Belanda, Hondius menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa. Dengan rumusan itu, Hondius ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai akhir (konsumen antara) dan konsumen akhir. Konsumen dalam arti luas mencakup kedua kriteria itu, sedangkan konsumen

¹⁰ Rachmadi Usman, *Hukum Ekonomi Dalam Dinamika*, Djambatan, Jakarta, 2000, hlm 25.

¹¹ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

¹² Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hlm 30.

pemakai dalam arti sempit hanya mengacu pada konsumen pemakai terakhir.¹³

Batasan pengertian konsumen :¹⁴

- a) Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu;
- b) Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan;
- c) Konsumen terakhir adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai hak konsumen, yaitu :

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang diberikan;
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

¹³ Susanti Adi Nugroho, *Op.Cit.*, hlm 61-62.

¹⁴ A z Nastution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Daya Widya, Jakarta, 1999, hlm 13.

- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhanya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur secara tidak diskriminatif;
- h) Hak untuk mendapatkan dispensasi, ganti rugi dan/atau penggantian jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang lain.

Mengacu pada hak-hak konsumen di atas terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Ini berarti bahwa barang dan/atau jasa yang tidak penggunaannya memberikan kenyamanan, terlebih lagi yang tidak aman atau membahayakan keselamatan konsumen jelas tidak layak untuk diedarkan dalam masyarakat.

Selain memperoleh hak tersebut, sebagai keseimbangan maka konsumen memiliki kewajiban sebagaimana diatur Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu :

- a) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

2) Pelaku Usaha

Menurut Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah Perusahaan, Komporasi, Koperasi, BUMN, Impoter, Pedagang, Distributor dan lain-lain.¹⁵

¹⁵ Ahmadi Miru dan Sutaman Yodo, *Op.Cit.*, hlm. 20.

Di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak membahas mengenai hak konsumen saja. Pelaku usaha juga memiliki hak-hak yang juga menjadi kepentingan pelaku usaha. Hak-hak tersebut dirumuskan Pasal 6 Undang-Undang

Perlindungan Konsumen, yaitu :

- a) Hak untuk menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b) Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lain.

Adapun yang menjadi kewajiban pelaku usaha sesuai dengan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu :

- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta

memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;

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

Sebagai kewajiban hukum maka produsen harus memenuhinya dengan iktikad baik dan penuh tanggungjawab. Jika produsen bersalah tidak memenuhi kewajiban itu, maka alasan baginya untuk dituntut secara hukum untuk mengganti segala kerugian yang timbul sehubungan dengan tidak dipenuhinya kewajiban itu. Artinya, produsen harus

bertanggungjawab secara hukum atas kesalahan atau kelalaian dalam menjalankan kewajiban itu.

Di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga menegaskan mengenai hal-hal yang dilarang untuk dilakukan oleh pelaku usaha, yaitu pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

- a) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e) Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f) Tidak sesuai dengan janji-janji yang dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

- g) Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
- i) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
- j) Tidak mencantumkan informasi dan atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Jika dilihat dari perbuatan yang dilarang oleh pelaku usaha maka pelaku usaha yang memperdagangkan snack impor tanpa izin edar berkaitan dengan poin a yang menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memperdagangkan produk makanan yang tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan. Persyaratan yang dimaksud adalah berupa nomor izin edar yang tercantum pada snack impor tersebut.

2. Produk Impor

Istilah impor pada Pasal 1 angka 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu impor barang adalah kegiatan memasukan barang ke dalam daerah pabean. Impor barang yang tertuju pada kegiatan importir didalam dunia perdagangan, maka impor adalah objek kegiatan tersebut.

Setiap orang atau perusahaan yang berbadan hukum bila akan melakukan kegiatan impor maka terlebih dahulu melengkapi data-data perusahaan, diantaranya Surat Domisili Usaha (SKDU), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), dan Tanda Daftar Perdagangan (TDP).¹⁶

Dari penjabaran di atas dapat disimpulkan bahwa importir adalah pelaku usaha yang melakukan kegiatan berupa memasukan barang ke daerah pabean Indonesia. Sementara barang impor adalah barang yang sengaja dimasukan oleh importir ke dalam daerah pabean Indonesia.

Pengertian impor juga terdapat pada Pasal 1 angka 25 Undang-Undang Pangan yaitu impor pangan adalah kegiatan memasukan pangan

ke dalam daerah pabean Negara Republik Indonesia yang meliputi wilayah barat, perairan dan ruang udara di atasnya, tempat-tempat tertentu di Zona Ekonomi Eksklusif, dan Landas Kontinen.

a. Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM)

1) Definisi, Fungsi dan Kewenangan BPOM

¹⁶ I Komang Oko Berata, *Panduan Praktis Ekspor Impor*, Raih Asa Sukses, 2014, hlm. 10.

BPOM adalah sebuah lembaga di Indonesia yang bertugas mengawasi peredaran obat-obatan dan makanan di Indonesia. Sistem pengawasan Obat dan Makanan (sisPOM) yang efektif dan efisien yang mampu mendeteksi, mencegah dan mengawasi produk-produk dengan tujuan melindungi keamanan, kesehatan dan keselamatan konsumennya baik didalam maupun diluar negeri.¹⁷

Dalam melaksanakan tugas Badan Pengawasan Obat dan Makanan memiliki Fungsi:¹⁸

- a) Penyusunan kebijakan nasional di bidang pengawasan obat dan makanan;
- b) Pelaksanaan kebijakan nasional di bidang pengawasan obat dan makanan;
- c) Penyusunan dan penetapan norma standar, prosedur dan kriteria di bidang pengawasan sebelum beredar dan pengawasan selama beredar;
- d) Pelaksanaan pengawasan sebelum beredar dan pengawasan selama beredar;
- e) Koordinasi pelaksanaan pengawasan obat dan makanan dengan instansi pemerintah pusat dan daerah;

¹⁷ <http://www.pom.go.id/new/view/direct/job> diakses tanggal 11 Oktober 2018 jam 18:45 WIB

¹⁸ Pasal 3 Peraturan Presiden No 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawasan Obat dan Makanan

- f) Pemberian bimbingan teknis dan supervise di bidang pengawasan obat dan makanan;
- g) Pelaksanaan penindakan terhadap pelanggaran ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pengawasan obat dan makanan;
- h) Koordinasi pelaksanaan tugas, pembinaan dan pemberian dukungan administrasi kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan BPOM;
- i) Pengelolaan barang milik/kekayaan negara yang menjadi tanggungjawab BPOM;
- j) Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan BPOM; dan
- k) Pelaksanaan dukungan yang bersifat substatif kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan BPOM.

Dalam melaksanakan tugas pengawasan obat dan makanan BPOM memiliki kewenangan:¹⁹

- a) Mengedarkan izin edar produk dan sertifikat sesuai dengan standard dan persyaratan keamanan, khasiat/manfaat dan mutu, serta pengujian obat dan makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

¹⁹ Pasal 4 Peraturan Presiden No 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawasan Obat dan Makanan

- b) Melakukan intelejen dan penyidikan di bidang pengawasan obat dan makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- c) Pemberian sanksi administratif sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

b. Balai Pengawasan Obat dan Makanan (Balai BPOM)

Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan atau dikenal dengan istilah Organisasi unit pelaksana Teknis BPOM yang merupakan unit Organisasi yang melaksanakan tugas dan fungsi pengawasan obat dan makanan di wilayah kerjanya, diatur dengan keputusan Kepala BPOM setelah mendapat persetujuan tertulis dari Menteri yang bertanggungjawab di bidang pendayagunaan aparatur Negara.²⁰

Adapun fungsi Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan, yaitu :²¹

- 1) Penyusunan rencana dan program pengawasan obat dan makanan;
- 2) Pelaksanaan pemeriksaan secara laboratorium, pengujian dan penilaian mutu produk kosmetika;
- 3) Pelaksanaan pemeriksaan secara laboratorium, pengujian dan penilaian mutu produk secara mikrobiologi;
- 4) Pelaksanaan pemeriksaan setempat, pengambilan contoh dan pemeriksaan pada sarana produksi dan distribusi;

²⁰ <http://www.pom.go.id/> diakses 25 Oktober 2018 jam 19:20 WIB

²¹ <http://www.pom.go.id/new/view/direct/function> diakses tanggal 25 Oktober 2018 jam 21:00

- 5) Insvestigasi dan penyidikan pada kasus pelanggaran hukum;
- 6) Pelaksanaan sertifikasi produk, sarana produksi dan distribusi tertentu yang ditetapkan oleh Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan;
- 7) Pelaksanaan kegiatan layanan informasi konsumen;
- 8) Evaluasi dan penyusunan laporan pengujian obat dan makanan;
- 9) Pelaksanaan urusan tata usaha dan kerumahtanggan.

c. Izin Edar

Izin edar adalah bentuk persetujuan pendaftaran makanan yang diberikan oleh Kepala BPOM untuk dapat diedarkan di wilayah Indonesia.²² Semua produk makanan dan minuman yang akan dijual di wilayah Indonesia, baik yang berasal dari dalam negeri maupun yang berasal dari Negara lain dalam bentuk impor harus melalui pendaftaran untuk mendapatkan nomor izin edar yang dikeluarkan oleh BPOM.

Bagi BPOM nomor pendaftaran tersebut berguna untuk mengawasi produk-produk yang beredar di pasaran, sehingga apabila terjadi suatu kasus akan mudah ditelusuri siapa pelakunya. Dalam kemasan produk snack impor yang beredar di Indonesia dicantumkan nomor pendaftaran yang menandakan bahwa produk tersebut telah mendapat izin edar dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan. Untuk snack impor kode pendaftaran izin edar diawali dengan kode ML (Makanan

²² Pasal 1 angka 15 Peraturan Badan Pengawasan Obat dan Makanan No. 30 tahun 2017 tentang Pengawasan Pemasukan Obat dan Makanan ke Dalam Wilayah Indonesia

Luar Negeri) yang menandakan produk tersebut merupakan produk impor yang telah terdaftar di BPOM.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan kepustakaan yang mencakup tentang asas-asas hukum, sistematika hukum, perbandingan hukum dan sejarah hukum.

2. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan undang-undang (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) merupakan penelitian yang mengutamakan bahan hukum yang berupa peraturan perundang-undangan sebagai bahan acuan dasar dalam melakukan penelitian dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) merupakan jenis pendekatan dalam penelitian hukum yang memberikan sudut pandang analisa penyelesaian permasalahan dalam penelitian hukum dilihat dari aspek konsep-konsep hukum yang melatarbelakanginya, atau bahkan dapat dilihat dari nilai-nilai yang terkandung dalam penormaan sebuah peraturan kaitannya dengan konsep-konsep yang digunakan.

3. Sumber Data Penelitian

Sumber data hukum yang digunakan adalah Data Sekunder.

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara langsung melalui studi pustaka, baik berupa buku-buku, artikel, internet, pendapat hukum, dan undang-undang perlindungan konsumen serta peraturan perundang-undangan lainnya. Data sekunder terdiri dari:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mengikat dan terdiri dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan terkait dengan permasalahan yang diteliti antara lain:

- 1) Undang-Undang Dasar Tahun 1945
- 2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- 3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

b. Bahan Hukum Sekunder berupa pendapat hukum yang diperoleh dari bahan pustaka yang memberikan petunjuk maupun penjelasan mengenai bahan hukum primer yang merupakan pendapat hukum yang diperoleh dari buku-buku, makalah, artikel, surat kabar, majalah, tabloid, internet, yang bertujuan untuk mengetahui alasan pelaku usaha mengedarkan atau menjual bahan makanan dan minuman yang kadaluwarsa dan mengenai sejauh mana bentuk pengawasan dan pembinaan yang dilakukan oleh pemerintah atau instansi yang terkait.

- c. Bahan hukum tersier, yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, yaitu berupa Kamus Besar Bahasa Indonesia, Penerbit Balai Pustaka, Jakarta;

4. Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis bahan hukum yang digunakan adalah analisis kualitatif. Artinya pengumpulan data menggunakan pedoman studi dokumen, dan wawancara. Penelitian dengan teknik analisis kualitatif ini keseluruhan data yang terkumpul, akan diolah dan dianalisis dengan cara menyusun data secara sistematis, digolongkan dalam pola dan tema, dikategorisasikan dan diklasifikasikan, dihubungkan antara satu bahan hukum dengan bahan hukum lainnya, dilakukan interpretasi untuk memahami makna bahan hukum, dan dilakukan penafsiran dari perspektif peneliti setelah memahami keseluruhan kualitas bahan hukum. Proses analisis tersebut dilakukan secara terus menerus sejak pencarian bahan hukum di lapangan dan berlanjut terus hingga pada tahap analisis. Setelah dilakukan analisis secara kualitatif kemudian bahan hukum akan disajikan secara deskriptif kualitatif dan sistematis.

G. Sistematika Penulisan

Dalam menghasilkan karya ilmiah yang baik, maka pembahasan pun harus diuraikan secara sistematis. Adapun sistematika penulisan ini adalah

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Orisinalitas Penelitian, Tinjauan Pustaka, Definsional, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN UMUM

Merupakan bab yang menyajikan teori dan konsep yang bersumber dari peraturan perundang-undangan maupun literatur-literatur mengenai perlindungan konsumen terhadap snack impor tanpa izin edar yang beredar secara online dan pertanggungjawaban pedagang snack impor tnpa izin.

BAB III : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang akan memaparkan hasil penelitian yang berupa perlindungan konsumen terhadap snack impor tanpa izin edar yang beredar secara online dan pertanggungjawaban pedagang snack impor tanpa izi ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

BAB IV : PENUTUP

Merupakan bab yang berisi kesimpulan dari pembahasan tentang rumusan masalah dan dilengkapi dengan sasaran sebagai bahan rekomendasi dari hasil penelitian.



BAB II

**TINJAUAN MENGENAI PERLINDUNGAN HUKUM,
PERLINDUNGAN KONSUMEN, HUKUM PERJANJIAN DAN LABEL**

A. Perlindungan Hukum

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Bentuk perlindungan terhadap masyarakat mempunyai banyak dimensi salah satunya yaitu perlindungan hukum. Adanya benturan kepentingan di dalam masyarakat harus dapat diminimalisasi dengan kehadiran hukum dalam masyarakat. Adanya perlindungan hukum bagi seluruh rakyat Indonesia dapat ditemukan dalam Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 (UUD 1945), oleh karena itu setiap produk yang dihasilkan oleh legislatif harus mampu memberikan perlindungan hukum bagi seluruh masyarakat. Terdapat beberapa pendapat para sarjana mengenai perlindungan hukum, antara lain :

- a. Menurut Sajipto Rahardjo, perlindungan hukum adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut.²³
- b. Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum diartikan sebagai tindakan melindungi atau memberikan pertolongan kepada subyek

²³ Sajipto Rahardjo, *Sisi-sisi Lain dari Hukum di Indonesia*, Kompas, Jakarta, 2003, hlm. 121.

hukum dengan perangkat-perangkat hukum. Bila melihat pengertian perlindungan di atas maka dapat diketahui unsur-unsur dari perlindungan hukum, yaitu²⁴ : subjek yang melindungi, objek yang akan dilindungi alat, instrumen maupun upaya yang digunakan untuk tercapainya perlindungan tersebut.

Dari beberapa pengertian mengenai perlindungan hukum di atas, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum sebagai suatu upaya untuk melindungi kepentingan individu atas kedudukannya sebagai manusia yang mempunyai hak untuk menikmati martabatnya dengan memberikan kewenangan padanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut. Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa “Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”.²⁵

2. Bentuk Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi dua yaitu :²⁶

a. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan yang diberikan dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran.

²⁴ Philipus M. Hadjon, et.all, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2011, hlm. 10.

²⁵ Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Universitas Indonesia, Jakarta, 2004, hlm. 10.

²⁶ Eli Wurua Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015, hlm. 20.

b. Perlindungan hukum Represif

Perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda atau ganti kerugian yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.

Menurut Philipus M. Hadjon, bahwa sarana perlindungan hukum ada dua macam, yaitu :²⁷

a. Sarana Perlindungan Hukum Preventif

Pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk definitif. Di Indonesia belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif.

b. Sarana Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Pengadilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini.

B. Perlindungan Konsumen

Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian Hukum untuk memberi perlindungan kepada Konsumen. Perlindungan konsumen merupakan

²⁷ *Op Cit.*, hlm. 30.

istilah yang menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen sebagai jaminan perlindungan terhadap hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.

Sangat beragam definisi mengenai Perlindungan Konsumen yang dikemukakan oleh berbagai sarjana hukum. Beberapa definisi perlindungan konsumen menurut para ahli di antaranya yaitu :²⁸

1. Menurut Janus Sidabalok mendefinisikan Perlindungan Konsumen adalah hukum yang mengatur tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhan sebagai konsumen.
2. Menurut Az. Nasution mendefinisikan Perlindungan Konsumen adalah bagian dari hukum yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.

Oleh karena itu, jika berbicara mengenai perlindungan konsumen berarti mempersoalkan jaminan atau kepastian tentang terpenuhinya hak-hak konsumen. Pemahaman bahwa perlindungan konsumen mempersoalkan mengenai perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memperoleh barang dan jasa dari kemungkinan timbulnya kerugian karena penggunaannya, maka perlindungan konsumen dapat dikatakan sebagai hukum yang mengatur tentang pemberian perlindungan kepada

²⁸ Diakses di situs [http://www.jurnalhukum.com/hukum-perlindungan-konsumen-di-indonesia/pada 20 Maret 2019 Pukul 14.04 WIB](http://www.jurnalhukum.com/hukum-perlindungan-konsumen-di-indonesia/pada-20-Maret-2019-Pukul-14.04-WIB)

konsumen sebagai pemenuhan kebutuhannya yang menjadi hak sebagai konsumen.

1. Asas - asas Perlindungan Konsumen

Berikut ini merupakan asas-asas perlindungan hukum terhadap konsumen sebagaimana yang telah tercantum di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen:²⁹

a. Asas Manfaat

Asas ini dimaksudkan bahwa upaya yang dilakukan dalam penyelenggaraan penyelesaian perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan Pelaku usaha secara seimbang sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan atau didiskriminasi. Asas manfaat juga menghendaki bahwa agar didalam pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak hanya dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak di atas pihak yang lain atau sebaliknya, akan tetapi mengendaki agar perlindungan konsumen tersebut juga

diberikan kepada masing-masing pihak baik itu pihak pengusaha (produsen) maupun konsumen sesuai apa yang menjadi haknya.

Dengan demikian penegakan hukum perlindungan konsumen diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat, khususnya bagi para pihak yang bersengketa.

²⁹ *Op.Cit.*, hlm. 10-12.

b. Asas Keadilan

Asas keadilan dalam perlindungan konsumen ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen maupun produsen untuk dapat memperoleh haknya masing-masing dan juga melaksanakan kewajibannya secara adil tanpa memberatkan salah satu pihak. Asas keadilan ini menghendaki bahwa dalam pengaturan atau penegakan hukum perlindungan konsumen antara konsumen dengan produsen dapat berlaku adil melalui perolehan hak maupun pelaksanaan kewajibannya yang dilakukan secara seimbang, oleh karena itu perlindungan konsumen telah mengatur secara jelas mengenai hak dan kewajiban yang dimiliki oleh konsumen maupun produsen.

c. Asas keseimbangan

Asas ini menghendaki untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, produsen dan pemerintah. Asas keseimbangan ini memiliki tujuan agar konsumen, produsen dan pemerintah dapat memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan serta penegakan hukum terhadap perlindungan konsumen. Kepentingan antara konsumen, produsen dan pemerintah tersebut harus diatur dan diwujudkan secara seimbang sesuai dengan hak maupun kewajibannya masing-masing di dalam pergaulan hidup masyarakat, berbangsa dan bernegara.

d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan, kenyamanan dan keselamatan kepada konsumen di dalam penggunaan, pemakaian, pemanfaatan serta mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dikonsumsi. Kedua asas ini bermaksud agar dengan adanya jaminan hukum tersebut, maka konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi atau dipakainya, sehingga produk yang dikonsumsi atau dipakai tidak akan mengancam ketentraman dan keselamatan jiwa konsumen maupun harta bendanya. Undang-Undang Perlindungan Konsumen membebaskan sejumlah kewajiban dan larangan yang harus dipatuhi oleh produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produk barang atau jasa yang dihasilkan.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik produsen maupun konsumen dapat menaati hukum serta memperoleh keadilan di dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, dan Negara yang memberikan jaminan kepastian hukum. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini mengharapkan agar aturan-aturan mengenai hak dan kewajiban yang terkandung di dalam undang-undang ini dapat diwujudkan dalam pergaulan hidup masyarakat dan kehidupan sehari-hari sehingga

masing-masing pihak dapat memperoleh keadilan sebagaimana telah diatur dan ditetapkan oleh undang-undang.

2. Tujuan Perlindungan Konsumen

Berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Hukum Perlindungan konsumen memiliki tujuan sebagai berikut :

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

3. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Ada beberapa prinsip tanggung gugat yang perlu diperhatikan oleh para pihak dalam melakukan kegiatan bisnis. Shidarta dalam bukunya Hukum

Perlindungan Konsumen Indonesia mengemukakan secara umum prinsip tanggung gugat sebagai berikut.³⁰

- a. Kesalahan (*liability based on fault*);
- b. Praduga selalu bertanggung jawab (*presumption of nonliability*);
- c. Praduga selalu tidak bertanggung jawab (*presumption of nonliability*);
- d. Tanggung jawab mutlak (*strict liability*);
- e. Pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*).

Dalam buku Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani yang berjudul Hukum Tentang Perlindungan Konsumen, menyatakan bahwa :

Jika berbicara soal pertanggungjawaban hukum, mau tidak mau, kita harus berbicara soal ada tidaknya kerugian yang telah diderita oleh suatu pihak sebagai akibat (dalam hal berhubungan konsumen-pelaku usaha) dari penggunaan, pemanfaatan, serta pemakaian oleh konsumen atas barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha tertentu.³¹

Seorang konsumen yang mengkonsumsi barang dan/atau jasa kemudian menimbulkan kerugian bagi konsumen, maka dapat menggugat atau meminta ganti rugi kepada pihak yang menimbulkan kerugian. Pihak yang menimbulkan kerugian di sini yaitu bisa produsen, pedagang besar, pedagang eceran/penjual ataupun pihak yang memasarkan produk, tergantung dari pihak yang menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha yang berbunyi sebagai berikut:

³⁰ Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, hlm. 81.

³¹ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Op.Cit.*, hlm 59.

- a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberi ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- b. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- c. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- d. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- e. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Substansi Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen menurut Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo dalam bukunya mengemukakan tanggung jawab pelaku usaha, meliputi :³²

- a. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
- b. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran;
- c. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

³² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. *Op.Cit.*, hlm. 125.

Dalam memberikan perlindungan konsumen, importir juga harus bertanggung jawab sebagai pembuat barang impor dan/atau sebagai penyedia jasa asing. Tanggung jawab importir ditentukan Pasal 21 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan bahwa :

- a. Importir bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar-negeri.
- b. Importir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.

4. Sanksi-Sanksi

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan kegiatannya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.³³ Jika ada konsumen yang merasa dirugikan oleh oleh perbuatan pelaku usaha maka dia memiliki hak untuk meminta pertanggung jawaban dari pelaku usaha tersebut.

Sanksi-sanksi yang bisa dikenakan atas pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam suatu produk diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen di dalam bab XIII, dari Pasal 60 sampai dengan Pasal 63 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang

³³ Celina Tri Siwi Kristiyani, *Op.Cit.*, hlm. 44.

Perlindungan Konsumen membedakan menjadi sanksi administratif dan sanksi pidana, yaitu sebagai berikut :

a. Sanksi Administratif

Sanksi administratif diatur Pasal 60 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25 dan Pasal 26 berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.00,00.

b. Sanksi Pidana Pokok

Sanksi pidana pokok adalah sanksi yang dikenakan dan dijatuhkan oleh pengadilan atas tuntutan jaksa penuntut umum terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Ketentuan mengenai sanksi pidana pokok diatur pada Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

c. Sanksi Pidana Tambahan

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimungkinkannya diberikan sanksi pidana tambahan di luar sanksi pidana pokok. Sanksi ini ditentukan Pasal 63 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu berupa: perampasan barang tertentu, pengumuman putusan hakim, pembayaran ganti rugi, perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen, kewajiban penarikan barang dari peredaran atau pencabutan izin usaha.

5. Tanggung Jawab Produk

Tanggung jawab dalam bahasa Inggris diterjemahkan dari kata “*responsibility*” atau “*liability*”, sedangkan dalam bahasa Belanda yaitu “*vereentwoodelijk*” atau “*aansparrkelijheid*”. Tanggung jawab adalah wajib, menanggung, wajib memikul beban, wajib memenuhi segala akibat yang timbul dari perbuatan, rela mengabdikan, dan rela berkorban untuk kepentingan pihak lain.³⁴

Dalam hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha harus dapat dimintakan pertanggungjawabannya, yaitu jika perbuatan telah melanggar hak-hak dan kepentingan konsumen, menimbulkan kerugian, atau kesehatan konsumen terganggu. Tanggung jawab produk adalah satu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan hukum yang menghasilkan suatu produk (*produser manufactur*) atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk (*processor assembler*) atau dari orang atau badan yang menjual atau yang mendistribusikan (*seller, distributor*) produk tersebut.³⁵

Tanggung jawab ini diatur Pasal 9 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menjelaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang atau produk yang dihasilkan atau yang diperdagangkan oleh pelaku usaha. Kerusakan, pencemaran, dan atau

³⁴ Sidabalok, *Op.Cit.*, hlm. 115-119.

³⁵ Adrian Sutedi. *Op.Cit.*, hlm 64.

kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan atau diperdagangkan dapat terjadi karena pelaku usaha melanggar larangan atau ketentuan sebagaimana ketentuan Pasal 8 sampai Pasal 17 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Tanggung jawab produk diklasifikasikan kedalam beberapa hal yang berkaitan dengan berikut ini :³⁶

a. Proses Produksi

Menyangkut tanggung jawab produsen atas produk yang dihasilkan bila menimbulkan kerugian terhadap konsumen, seperti produk yang cacat, baik cacat design atau cacat produk.

b. Promosi Niaga/Iklan

Menyangkut tanggung jawab produsen atas promosi niaga atau iklan tentang perihal produk yang dipasarkan bila menimbulkan kerugian terhadap konsumen.

c. Praktik Perdagangan yang tidak jujur

Praktik ini seperti persaingan yang curang, pemalsuan, penipuan, dan periklanan yang menyesatkan sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen.

C. Teori Dasar Hukum Perjanjian

1. Pengertian Perjanjian

Menurut Pasal 1313 KUHPerdara, perjanjian merupakan perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu

³⁶ *Ibid.*

orang lain atau lebih. Dari peristiwa ini, timbulah suatu hubungan hukum antara dua orang atau lebih yang disebut perikatan yang di dalamnya terdapat hak dan kewajiban masing-masing pihak. Perbuatan hukum dalam sebuah perjanjian merupakan perbuatan-perbuatan untuk melakukan sesuatu yang disebut hak dan kewajiban yang kemudian disebut sebagai sebuah prestasi. Prestasi-prestasi itu meliputi :³⁷

- a. Menyerahkan suatu barang;
- b. Melakukan suatu perbuatan;
- c. Tidak melakukan suatu perbuatan.

Perjanjian setidaknya melibatkan dua pihak atau lebih untuk memberikan kesepakatan mereka. Pihak yang berkewajiban memenuhi isi perjanjian disebut Debitor sedangkan pihak lain yang berhak atas pemenuhan kewajiban disebut Kreditor. Selain manusia pribadi perjanjian juga dapat dilakukan oleh badan hukum, karena manusia pribadi dan badan hukum merupakan subjek hukum.³⁸

2. Syarat Sah Perjanjian

Syarat sah perjanjian ada 4 (empat) terdiri dari syarat subyektif dan syarat objektif, sebagaimana ketentuan Pasal 1320 KUHPerdara, yaitu Syarat Subyektif (menyangkut para pembuatnya). Tidak dipenuhinya

³⁷ Sri Soesilowati Mahdi, Suhrini Ahlan Sjarif dan Ahmad Budi Cahyono, *Hukum Perdata (Suatu Pengantar)*, Gitama Jaya, Jakarta, 2005, hlm 150.

³⁸ *Ibid.*

syarat dibawah ini, mengakibatkan perjanjian dapat dibatalkan (*voidable*).³⁹

a. Sepakat

Supaya perjanjian menjadi sah maka para pihak harus sepakat terhadap segala hal yang terdapat di dalam perjanjian dan memberikan persetujuan atau kesepakatannya jika ia memang menghendaki apa yang disepakati. Dalam lembar perjanjian sebelum pasal-pasal tertulis “para pihak setuju dan sepakat”. Pencantuman kata setuju dan sepakat sangat penting dalam suatu perjanjian, adanya kata setuju dan sepakat bermaksud memberikan ikatan bagi para pihak yang melakukan perjanjian.⁴⁰

Suatu perjanjian dianggap cacat atau dianggap tidak ada apabila:⁴¹

- 1) Mengandung paksaan (*dwang*), termasuk tindakan atau ancaman atau intimidasi mental.
- 2) Mengandung penipuan (*bedrog*), adalah tindakan jahat yang dilakukan salah satu pihak, misal tidak menginformasikan adanya cacar tersembunyi.
- 3) Mengandung kekhilafan/kesesatan/kekeliruan (*dwaling*), bahwa salah satu pihak memiliki presepsi yang salah terhadap subyek dan obyek perjanjian. Terhadap subyek disebut error in persona

³⁹ A. Qirom Syamsudin Meliala, *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya*, Liberty, Yogyakarta, 1985, hlm. 20

⁴⁰ Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT Intermedia, Jakarta, 2001, hlm. 3.

⁴¹ *Op.cit.*, hlm. 4.

atau kekeliruan pada orang, misal melakukan perjanjian dengan seorang artis, tetapi ternyata perjanjian dibuat bukan dengan artis tetapi hanya memiliki nama yang sama dengan artis. Terhadap obyek disebut *error in subsantia* atau kekeliruan pada benda, misal membeli berlian, ketika sudah dibeli ternyata berlian tersebut palsu.

b. Cakap

Pasal 1329 KUHPerdata menyatakan bahwa setiap orang adalah cakap untuk membuat perjanjian, kecuali apabila menurut undang-undang dinyatakan tidak cakap. Kemudian Pasal 1331 KUHPerdata menyatakan bahwa ada beberapa orang yang tidak cakap untuk membuat perjanjian, yakni :

- 1) Orang yang belum dewasa (dibawah 21 tahun, kecuali yang ditentukan lain)
- 2) Mereka yang ditaruh di bawah pengampuan (*curatele or conservatorship*); dan
- 3) Perempuan yang sudah menikah.

Berdasarkan Pasal 330 KUHPerdata, seseorang dianggap dewasa jika dia telah berusia 21 tahun atau kurang dari 21 tahun tetapi telah menikah. Kemudian berdasarkan Pasal 47 dan Pasal 50 Undang-Undang Nomor 1/1974 menyatakan bahwa kedewasaan seseorang ditentukan bahwa anak berada di bawah kekuasaan orang tua atau wali sampai dia berusia 18 tahun.

c. Hal tertentu

Pasal 1333 KUHPerdara menentukan bahwa suatu perjanjian harus mempunyai pokok suatu benda (zaak) yang paling sedikit dapat ditentukan jenisnya. suatu perjanjian harus memiliki objek tertentu dan suatu perjanjian haruslah mengenai suatu hal tertentu (*certainty of terms*), berarti bahwa apa yang diperjanjikan, yakni hak dan kewajiban kedua belah pihak. Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian paling sedikit dapat ditentukan jenisnya (*determinable*).⁴²

d. Sebab yang halal

Syarat sahnya perjanjian yang keempat adalah adanya kausa hukum yang halal. Jika objek perjanjian itu ilegal, atau bertentangan dengan kesusilaan atau ketertiban umum, maka perjanjian tersebut menjadi batal.⁴³

Menurut Pasal 1335 jo 1337 KUHPerdara menyatakan bahwa suatu kausa dinyatakan terlarang jika bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, dan ketertiban umum. Suatu kausa dinyatakan bertentangan dengan undang-undang, jika kausa di dalam perjanjian yang bersangkutan isinya bertentangan dengan undang-undang yang berlaku.

⁴² Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, Sumur Bandung, Cetakan VII, Bandung, 2004, hlm. 29.

⁴³ Subekti, *Op.Cit.*, hlm. 18-19.

D. Label

1. Pengertian Label

Label pada kemasan snack impor bukan hanya sekedar hiasan, yang pertama kali konsumen lihat adalah kemasan dan label kemasan yang sangat beragam bentuk dan bahanya. Label merupakan bagian yang sangat penting karena dari label konsumen mengetahui banyak hal soal produk di dalam kemasan tersebut.⁴⁴

Pengertian label berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia:⁴⁵

- a. Sepotong kertas (kain, logam, kayu dan sebagainya) yang ditempelkan pada barang, nama pemilik, tujuan alamat, dan sebagainya;
- b. Etiket, merk dagang;
- c. Petunjuk singkat tentang zat-zat yang terkandung dalam obat tersebut;
- d. Petunjuk kata, sumber kata dan sebagainya dalam kamus;
- e. Catatan analisis pengujian mutu fisik, fisiologik dan genetik dari benih tersebut.

Label menurut Pasal 1 angka 3 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label Dan Iklan Pangan (selanjutnya disebut Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan Pangan). Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang

⁴⁴ Marius P Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 192.

⁴⁵ *Ibid.*

disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan.

Secara rasional konsumen akan memilih produk yang sesuai dengan keinginan dan memaksimalkan nilai uang yang telah dikeluarkan. Dengan kata lain, konsumen akan membeli produk yang berkualitas sesuai dengan keinginan dengan melihat label yang ada pada kemasan.⁴⁶

Label mempunyai fungsi yang sangat penting yaitu:⁴⁷

- a. Membantu konsumen secara langsung saat membeli. Peraturan perlabelan yang baik akan memberikan informasi yang mendasar mengenai produk dan meningkatkan jumlah informasi yang dapat diakses konsumen dalam membuat keputusan.
- b. Membantu konsumen dalam mengingat dan konsisten terhadap produk tertentu. Perlabelan juga akan menentukan parameter dan evaluasi periklanan.
- c. Jaminan pengawasan dari pemerintah. Jaminan ini akan meyakinkan konsumen bahwa apa yang tertulis pada label produk akan meyakinkan konsumen bahwa produk yang beredar di pasaran adalah produk yang berkualitas.
- d. Salah satu media pendidikan konsumen. Misalnya, bagaimana cara pemakaian dan penyimpanan produk yang baik serta informasi kandungan atau komposisi yang ada di dalam produk.

⁴⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta, 2000, hlm. 478.

⁴⁷ *Ibid.*, hlm. 480.

Label pada snack impor adalah sumber informasi bagi konsumen namun banyak snack impor yang masih menggunakan bahasa asing sehingga masyarakat tidak dapat mengetahui dengan jelas apa saja kandungan yang terdapat pada snack impor tersebut.

2. Pengaturan Label

Salah satu hak konsumen adalah hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Informasi barang dan/atau jasa yang diperlukan konsumen, yang paling berpengaruh adalah informasi yang bersumber dari kalangan pelaku usaha terutama dalam bentuk iklan atau label, terlebih bagi pelaku usaha yang memasarkan produknya secara online.⁴⁸

Menurut Shidarta, setiap produk yang dikenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar. Informasi diperlukan agar konsumen tidak keliru mengenai produk barang dan/atau jasa, informasi dapat disampaikan dengan cara lisan kepada konsumen, melalui iklan diberbagai media atau mencantumkan dalam kemasan produk.⁴⁹

Peraturan yang mengatur tentang label antara lain:

- a. Undang-Undang Pangan, BAB VII yaitu Pasal 69 sampai dengan Pasal 103.
- b. Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu Pasal 4 dan Pasal 8 ayat (1).

⁴⁸ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit.*, hlm. 71.

⁴⁹ Shidarta, *Op.Cit.*, hlm. 71.

- c. Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan Pangan, yaitu BAB II dari Pasal 2 sampai Pasal 43.

Pasal 2 Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan Pangan menyebutkan bahwa :

- a. Setiap orang yang memproduksi atau menghasilkan pangan yang di kemas dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan Label pada, di dalam, dan atau dikemasan pangan.
- b. Pencantuman label sebagaimana dimaksud Pasal ayat (1) dilakukan sedemikian rupa sehingga tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak, serta terletak pada bagian kemasan pangan yang mudah untuk dilihat dan dibaca.

Berkaitan dengan penginformasian yang harus dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen tentang segala hal mengenai produk yang dihasilkan, Pasal 3 Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan Pangan menyebutkan bahwa keterangan yang ada di dalam label diantaranya :

- a. Nama produk;
- b. Daftar bahan yang digunakan;
- c. Berat bersih atau isi bersih;
- d. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukan ke dalam wilayah Indonesia;
- e. Tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa.

Pengaturan yang lebih lengkap berkaitan dengan penginformasian yang harus dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen diatur Pasal 97

ayat (3) Undang-Undang Pangan menyebutkan bahwa pencantuman label di dalam dan/atau pada kemasan pangan ditulis atau dicetak dengan menggunakan bahasa Indonesia serta memuat paling sedikit keterangan mengenai :

- a. Nama produk;
- b. Daftar bahan yang digunakan;
- c. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor;
- d. Halal bagi yang dipersyaratkan;
- e. Tanggal dan kode produksi;
- f. Tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa;
- g. Nomor izin edar bagi pangan olahan; dan
- h. Asal-usul bahan pangan tertentu.

Label pada produk pangan dimaksudkan agar maknaan impor yang diperdagangkan di indonesia harus menggunakan label berbahasa Indonesia. Hal ini untuk mempermudah konsumen menggunakan petunjuk informasi pada makanan tersebut.

E. Tinjauan Umum Mengenai *E-Commerce* (Shopee)

1. Pengertian *E-Commerce*

Elektronik Commerce atau disingkat *E-commerce* adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufacturers*), *service provider*, dan perdagangan perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*), yaitu *E-Commerce* sudah meliputi seluruh spectrum

kegiatan komersial. Onno w. Purbo dan Aang Arif Wahyudi mencoba menggambarkan *E-commerce* sebagai suatu cakupan yang luas mengenai teknologi, proses dan praktik yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai sarana mekanisme transaksi. Hal ini bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti melalui email atau bisa melalui World Wide Web.⁵⁰

Menurut WTO E-Commerce merupakan bidang yang multidisipliner (*multidisciplinary*) yang mencakup bidang-bidang teknik seperti jaringan data telekomunikasi, pengamanan, penyimpanan, dan pengambilan data (*retrieval*) dari multi media, bidang-bidang bisnis seperti pemasaran (*marketing*), pembelian dan penjualan (*procurement and purchasing*), penagihan dan pembayaran (*billing and payment*), manajemen jaringan distribusi (*supply chain management*), dan aspek-aspek hukum seperti *information privacy*, hak milik intelektual (*intellectual property*), perpajakan (*taxation*), pembuatan perjanjian, dan penyelesaian hukum lainnya. Jadi secara singkat dapat dideskripsikan, bahwa *E-Commerce* adalah suatu bentuk bisnis modern melalui internet atau perdagangan di internet.⁵¹

⁵⁰ Onno w. Purbo dan Anng Arif Wahyudi. *Mengenal e-Commerce*, Elex Media Komputerindo, Jakarta, 2001, hlm. 1-2.

⁵¹ Esther Dwi Magfirah, *Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce*, diakses dari www.solusihukum.com, pada tanggal 20 mei 2019 Pukul 15.00 WIB

2. Jenis-Jenis *E-Commerce*

Berikut ini terdapat empat jenis e-commerce berdasarkan karakteristiknya :⁵²

a. Bisnis ke Bisnis (*Business to Business*)

Bisnis ke bisnis merupakan sistem komunikasi bisnis antar pelaku bisnis atau dengan kata lain transaksi secara elektronik antar perusahaan (dalam hal ini pelaku bisnis) yang dilakukan secara rutin dan dalam kapasitas atau volume produk yang besar. Aktivitas *E-Commerce* dalam ruang lingkup ini ditujukan untuk menunjang kegiatan para pelaku bisnis itu sendiri. Pebisnis yang mengadakan perjanjian tentu saja adalah para pihak yang bergerak dalam bidang bisnis yang dalam hal ini mengikatkan dirinya dalam suatu perjanjian untuk melakukan usaha dengan pihak pembisnis lainnya.

Sedangkan internet merupakan suatu jalan bagi komputer-komputer untuk mengadakan komunikasi bukan merupakan tempat akan tetapi merupakan jalan yang dilalui. Dilihat dari

karakteristiknya, transaksi *E-commerce Business to Business* mempunyai karakteristik sebagai berikut :

- 1) *Trading partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah saling terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Pertukaran informasi hanya berlangsung di antara mereka

⁵² Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, 2012, hlm. 70.

dan karena sudah sangat mengenal, maka pertukaran informasi tersebut dilakukan atas dasar kebutuhan dan kepercayaan;

- 2) Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berskala dengan format data yang telah disepakati. Jadi service yang digunakan antara kedua sistem tersebut sama dan menggunakan standar yang sama;
- 3) Salah satu pelaku tidak harus menunggu partner mereka lainnya untuk mengirim data; dan
- 4) Model yang umum digunakan adalah peer to peer, dimana processing intelligence dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

b. Bisnis ke Konsumen (*Business to Consumer*)

Business to consumer dalam *E-Commerce* merupakan suatu transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu. Dalam transaksi bisnis ini produk diperjualbelikan mulai produk barang dan jasa baik dalam bentuk berwujud maupun dalam bentuk elektronik atau digital yang telah siap untuk dikonsumsi.

Business to consumer merupakan transaksi jual beli melalui internet antara penjual barang dan konsumen. *Business to consumer* dalam *E-commerce* banyak ditemui dibanding dengan *Business to Business*. Dalam *Business to Consumer* konsumen dapat dengan melakukan transaksi tanpa persyaratan yang rumit. Dalam transaksi

ini konsumen juga memiliki kesempatan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan finansial konsumen. Berikut merupakan karakteristik transaksi *E-Commerce Business to Consumer* :

- 1) Terbuka untuk umum, informasi disebarakan secara umum pula;
- 2) *Service* yang dilakukan juga bersifat umum sehingga mekanismenya dapat digunakan oleh banyak orang. Contohnya, karena sistem web sudah umum dikalangan masyarakat, maka sistem yang digunakan adalah sistem web pula;
- 3) *Service* yang diberikan berdasarkan permintaan konsumen berinisiatif sedangkan produsen harus siap memberikan respon terhadap inisiatif konsumen;
- 4) Sering dillakukan pendekatan *client-server*, yang mana konsumen di pihak klien menggunakan sistem yang minimal (berbasis web) dan pihak penyedia barang dan jasa (*business procedure*) berada pada pihak sever.

3. Tahap-Tahap Transaksi Konsumen.

Yang dimaksud dengan transaksi konsumen adalah suatu proses terjadiya peralihan kepemilikan barang dan jasa dari pelaku usaha penyedia barang/jasa kepada konsumen. Tahap-tahap transaksi konsumen yang lazim terjadi yaitu:

a. Tahap Pra-Transaksi Konsumen

Pada tahap pra-transaksi konsumen, transaksi (pembelian, penyewaan, pemnjaman, pemberian hadiah komersial dan sebagainya) belum terjadi. Konsumen masih mencari keterangan dimana barang atau jasa kebutuhanya dapat ia peroleh, berapa harga dan apa pula syarat-syarat yang ia harus penuhi, serta mempertimbangkan berbagai fasilitas atau konsisi dari transaksi yang ia inginkan.⁵³

Dalam hal ini pelaku usaha sebagai peyedia atau penjual, harus menyediakan informasi yang jujur dan tidak menyesatkan berkaitan dengan barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, informasi yang diberikan oleh pelaku usaha menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen sebelum melakukan pembelian.

Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tertentu. Peyampaian informasi terhadap konsumen tersebut dapat berupa representasi, peringatan maupun berupa intruksi.⁵⁴

b. Tahap Transaksi Konsumen

Pada tahap ini transaksi peralihan suatu barang ataupun penyelenggaraan jasa dari pelaku usaha kepada konsumen telah terjadi. Konsumen dalam hal ini, sudah terikat dengan berbagai persyaratan

⁵³ Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 39.

⁵⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. *Op.Cit.* hlm. 55.

guna memperoleh barang atau jasa bersangkutan misalnya mengenai persyaratan pembayaran, harga dan sebagainya.

Faktor lain yang juga berpengaruh pada konsumen dalam tahap ini adalah beberapa praktek bisnis yang dijalankan pengusaha untuk mempertahankan atau meningkatkan pemasaran produk usahanya atau penyerapan produknya oleh masyarakat.⁵⁵

Permasalahan yang sering timbul pada tahap transaksi konsumen adalah perikatan yang telah disepakati oleh pelaku usaha dan konsumen. Terdapat perjanjian dengan syarat-syarat baku, terutama perjanjian dengan syarat-syarat baku, terutama perjanjian dengan syarat-syarat baku yang ditentukan secara sepihak.

Mengenai keadaan tersebut, Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan pengaturan secara khusus atas batasan dalam pencantuman klausula baku dalam suatu perjanjian yang dilarang oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam penjelasan pasal tersebut, larangan ini dimaksudkan untuk menempatkan kedudukan konsumen setara dengan pelaku usaha berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak.

c. Tahap Purna Transaksi Konsumen

Pada tahap ini konsumen mulai memanfaatkan barang dan/atau jasa yang diperoleh dari transaksi dengan pelaku usaha. Kepuasan atau kekecewaan konsumen menjadi pertimbangan untuk melakukan

⁵⁵ Az. Nasution. *Op.Cit*, hlm. 46.

transaksi kembali dengan pelaku usaha tertentu. Apabila konsumen merasakan kepuasan terhadap kegunaan dan/atau pemakaian dari suatu barang atau jasa yang diperoleh dari pelaku usaha maka konsumen akan melakukan transaksi kembali, sebaliknya apabila konsumen kurang puas maka konsumen akan beralih kepada yang lain.⁵⁶

F. Tinjauan Hukum Islam tentang Perlindungan Konsumen

Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Baqarah ayat (279) :

Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya. (QS Al-Baqarah ayat 279).

Di akhir ayat disebutkan tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya (tidak mendzalimi dan tidak pula dizhalimi). Potongan akhir ayat tersebut mengandung perintah perlindungan konsumen bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling mendzalimi atau merugikan satu dengan yang lainnya.

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyanyang Kepadamu. (QS An-Nisa : 29). Dalam hukum perlindungan konsumen pelaku usaha harus mengadakan situasi perniagaan yang sehat dan tidak merugikan konsumen.

⁵⁶ *Ibid.*, hlm. 47.

BAB III

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP SNACK IMPOR TANPA
IZIN EDAR YANG DIJUAL MELALUI SHOPEE**

Shopee adalah aplikasi Marketplace online untuk jual beli di ponsel dengan mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile untuk memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer. Shopee mulai masuk ke pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan Shopee baru mulai beroperasi pada akhir Juni 2015 di Indonesia. Shopee merupakan anak perusahaan dari Garena yang berbasis di Singapura. Shopee telah hadir di beberapa negara di kawasan Asia Tenggara seperti Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina, dan Indonesia. Shopee Indonesia beralamat di Wisma 77 Tower 2, Jalan Letjen. S. Parman, Palmerah, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11410, Indonesia.⁵⁷

Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru dengan memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi, shopee merupakan marketplace yang sedang

⁵⁷ Diakses dari <https://careers.shopee.co.id/about/> pada tanggal 25 Mei 2019 Pukul 14.00 WIB

populer saat ini oleh karena itu banyak pelaku usaha yang memanfaatkan shopee untuk memasarkan produknya. Adanya shopee konsumen juga merasakan kemudahan dalam berbelanja sesuai dengan kebutuhannya, namun konsumen pada umumnya memiliki posisi lemah dibandingkan pelaku usaha sehingga hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Salah satu bentuk kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha adalah mengedarkan makanan khususnya snack yang tidak memiliki izin edar.⁵⁸

Pada umumnya pelaku usaha yang menjual snack impor tidak melalui importir resmi, banyak yang langsung membawa sendiri snack impor dari negara asalnya atau dengan memesan langsung dari negara asal kemudian dikirim langsung ke alamat rumah pelaku usaha di Indonesia dengan alasan untuk konsumsi pribadi agar dapat melewati pabean sehingga snack impor dianggap tidak memerlukan izin edar dari BPOM. Selanjutnya pelaku usaha memanfaatkan shopee untuk memasarkan produknya agar konsumen dapat membelinya dengan mudah, yang dimaksud importir disini adalah penjual snack impor yang menjual produknya di shopee.

Hubungan hukum antara Shopee dan pelaku usaha lahir atas adanya perjanjian yang dituangkan dalam dokumen elektronik diantara kedua belah pihak. Diawali ketika pelaku usaha memulai untuk mendaftarkan diri sebagai pengguna Shopee, pendaftaran dilakukan dengan menggunakan

⁵⁸ Erman Rajaguguk, Nurmadjito, Sri Redjeki, et al, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2009, hlm. 20.

nomor telephone, email atau akun facebook setelah itu diikuti dengan memasukan username dan password, setelah selesai melakukan pendaftaran secara otomatis pelaku usaha telah menjadi pengguna Shopee dan pelaku usaha sudah memiliki hak untuk berjualan dengan memposting produk yang akan dijual dengan informasi yang relevan mengenai produk seperti harga dan rincian barang, informasi produk dan jumlah persediaan. Selanjutnya hubungan hukum antara pelaku usaha dan pembeli lahir atas adanya kesepakatan antara kedua belah pihak pada saat pembeli memilih dan melakukan checkout produk di toko milik pelaku usaha kemudian pembeli menyetujui syarat dan ketentuan sampai dalam tahap pembayaran. Kemudian hubungan hukum shopee dan pembeli terjadi ketika pembeli melakukan pembayaran produk melalui no rekening milik shopee.

Shopee memiliki ketentuan bagi pelaku usaha yang akan memperdagangkan makanan baik itu makanan dalam negeri ataupun luar negeri harus menyantumkan izin edar BPOM sebagai bentuk keamanan untuk konsumen dalam membeli produk, apabila masih ada pelaku usaha yang tetap mengiklankan maka shopee memiliki kebijakan untuk menghapus produk tersebut dan pelaku usaha dilarang untuk mengiklankan kembali produk yang tidak mencantumkan izin edar BPOM.⁵⁹ Dalam praktiknya walaupun shopee memiliki ketentuan dalam pengiklanan makanan tetapi masih banyak ditemukan produk makanan khususnya snack

⁵⁹ Diakses dari <https://help.shopee.co.id/about/> pada tanggal 24 Juli 2019 Pukul 12.02 WIB

impor yang tidak memiliki izin edar yang diiklankan oleh pelaku usaha seperti snack Kinder Happy Hippo, Irvins Salted Egg, dan Guinners.

Masih ditemukannya snack impor yang tidak memiliki izin edar maka shopee belum bisa memaksimalkan tugasnya sebagai *marketplace* untuk menyeleksi makanan sesuai dengan ketentuan shopee itu sendiri, terlebih shopee merupakan *marketplace* yang sudah terdaftar secara resmi dan diawasi, namun shopee membiarkan produk yang tidak memiliki izin edar tetap beredar di pasaran shopee. Beredarnya snack impor yang tidak memiliki izin edar maka shopee dapat dikatakan melanggar hak-hak konsumen sesuai ketentuan yang ada dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Oleh karena itu shopee perlu memberikan bentuk tanggung jawab atas kelalaian shopee dalam menyeleksi produk. Meskipun di dalam kebijakan shopee berbunyi :⁶⁰

“ Layanan termasuk layanan platform online yang menyediakan tempat dan peluang untuk penjualan barang antara pembeli ("Pembeli") dan penjual ("Penjual") (secara bersama-sama disebut "anda", "Pengguna" atau "Para Pihak"). Kontrak penjualan yang sebenarnya adalah secara langsung antara Pembeli dan Penjual dan Shopee bukan merupakan pihak di dalamnya atau setiap kontrak lainnya antara Pembeli dan Penjual serta tidak bertanggung jawab sehubungan dengan kontrak tersebut. Para Pihak dalam transaksi tersebut akan sepenuhnya bertanggung jawab untuk kontrak penjualan antara mereka, daftar barang, garansi pembelian dan sebagainya. Shopee tidak terlibat dalam transaksi antara Pengguna. Shopee dapat atau tidak dapat melakukan penyaringan awal terhadap Pengguna atau Konten atau informasi yang diberikan oleh Pengguna. Shopee berhak untuk menghapus setiap Konten atau informasi yang diposting oleh Anda di Situs sesuai dengan Bagian 6.4 di sini. Shopee tidak dapat memastikan bahwa Pengguna akan benar-benar menyelesaikan transaksi.”

⁶⁰ Diakses dari <https://shopee.co.id/docs/3001> pada tanggal 24 Juli 2019 Pukul 11.51 WIB

Namun jika melihat pengertian pelaku usaha dalam Pasal 1 ayat (3)

Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berbunyi :

“Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

shopee dapat dikatakan sebagai pelaku usaha, maka kedudukan shopee di sini sebagai pelaku usaha meskipun shopee hanya sebagai perantara antara penjual dan pembeli namun shopee tetap memiliki tanggungjawab atas peraturan yang dibuat. Dalam hukum perlindungan konsumen pelaku usaha dapat dimintai pertanggung jawabannya jika perbuatan telah melanggar hak-hak dan kepentingan konsumen terganggu. Tanggung jawab produk adalah satu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan hukum yang menghasilkan suatu produk (*produser manufactur*) atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk (*processor assembler*) atau dari orang atau badan yang menjual atau yang mendistribusikan (*seller, distributor*) produk tersebut.

Dalam buku Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani yang berjudul Hukum tentang Perlindungan Konsumen, menyatakan bahwa :

Jika berbicara soal pertanggungjawaban hukum, mau tidak mau, kita harus berbicara soal ada tidaknya kerugian yang telah diderita oleh suatu pihak sebagai akibat (dalam hal berhubungan konsumen-pelaku usaha) dari penggunaan, pemanfaatan, serta pemakaian oleh konsumen atas barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha tertentu.⁶¹

⁶¹ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Op.Cit.*, hlm. 59.

Seorang konsumen yang mengkonsumsi barang dan/atau jasa kemudian menimbulkan kerugian bagi konsumen, maka dapat menggugat atau meminta ganti rugi kepada pihak yang menimbulkan kerugian. Pihak yang menimbulkan kerugian di sini yaitu bisa produsen, pedagang besar, pedagang eceran/penjual ataupun pihak yang memasarkan produk, tergantung dari pihak yang menimbulkan kerugian bagi konsumen.⁶²

Pada umumnya konsumen yang menderita kerugian akibat pemakaian produk yang diperdagangkan secara online belum memiliki kesadaran dalam menuntut hak-haknya kepada pelaku usaha.⁶³ Selain itu, rendahnya pengetahuan konsumen terhadap perlindungan yang diberikan hukum selalu dimanfaatkan pelaku usaha agar konsumen tidak dapat menghindari kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut.

Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subjek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu bersifat preventif maupun bersifat represif, baik secara tertulis maupun tidak tertulis.

Dengan kata lain, perlindungan hukum diartikan sebagai suatu gambaran tersendiri dari fungsi hukum yang memiliki konsep memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan, dan kedamaian bagi segala kepentingan masyarakat.⁶⁴ Perlindungan hukum merupakan segala upaya untuk melindungi subjek-subjek hukum melalui peraturan perundang-

⁶² *Ibid.*, hlm. 60.

⁶³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit.*, hlm. 170.

⁶⁴ Wahyu Simon Tampubolon, *Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Ilmiah Advokasi. Vol.04, Maret 2016, hlm. 53.

undangan yang berlaku dan dipaksakan pelaksanaannya dengan suatu sanksi.

Perlindungan hukum berdasarkan sifatnya terbagi dua, yaitu :⁶⁵

A. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hak ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban.

B. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.

Perlindungan hukum terhadap konsumen telah diatur di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hal-hal yang diatur Undang-Undang Perlindungan Konsumen antara lain hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha, perbuatan yang dilarang pelaku usaha, tanggung jawab pelaku usaha, serta pembinaan dan pengawasan pemerintah. Pelaksanaan tanggung jawab didukung dengan pengaturan penyelesaian sengketa dan sanksi bagi pelaku usaha yang terbukti

⁶⁵ Philipus M. Hadjon, *Op.Cit.*, hlm. 4.

melanggar ketentuan-ketentuan sebagaimana diatur Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Perlindungan hukum yang diatur Undang-Undang Perlindungan Konsumen bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen termasuk konsumen yang membeli *snack* impor secara online. Konsumen yaitu setiap orang/badan hukum yang memperoleh dan/atau memakai barang/jasa yang berasal dari pelaku usaha dan tidak untuk diperdagangkan.⁶⁶ Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen yang membeli produk *snack* impor secara online berhak mendapatkan perlindungan hukum berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen melalui Hak-hak konsumen yang diatur Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Berkaitan dengan *snack* impor tanpa izin edar yang diperdagangkan di shopee, pelaku usaha telah melanggar hak konsumen yaitu hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi jaminan barang dan/atau jasa karena pelaku usaha tidak menjelaskan secara detail informasi mengenai *snack* impor yang diperdagangkan. Konsumen harus memperoleh gambaran yang benar tentang *snack* impor tersebut sehingga terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam mengkonsumsinya.⁶⁷ Terlebih untuk *snack* impor yang diperdagangkan secara online sebab transaksi yang dilakukan pelaku usaha dan konsumen tidak secara langsung sehingga dapat dikatakan

⁶⁶ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. *Op.Cit*, hlm. 7.

⁶⁷ *Ibid.*, hlm. 41.

konsumen sangat bergantung pada informasi yang diberikan pelaku usaha termasuk keberadaan izin edar produk. Kelayakan produk merupakan standar minimum yang harus dipenuhi atau dimiliki oleh suatu barang dan/atau jasa tertentu sebelum barang dan/atau jasa tersebut dapat diperdagangkan atau dikonsumsi oleh masyarakat luas. Informasi dapat disampaikan baik secara lisan maupun secara tertulis, baik yang dilakukan dengan mencantumkan label yang melekat pada kemasan produk, maupun melalui iklan-iklan yang disampaikan pelaku usaha seperti melalui media cetak atau elektronik.⁶⁸

Berdasarkan pengamatan terhadap *snack* impor yang dijual secara online, pelaku usaha cenderung hanya mencantumkan informasi seperti keterangan harga dan asal produk *snack* impor sebagai keterangan yang dibutuhkan konsumen, sedangkan hak ini tidak memenuhi hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur. Terlebih penyampaian informasi yang benar, jelas dan jujur merupakan kewajiban dari pelaku usaha sebagaimana yang diatur Pasal 7 huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen sehingga sudah seharusnya pelaku usaha mencantumkan semua informasi yang terdapat di dalam produk tanpa menuntut inisiatif konsumen termasuk secara jujur menyampaikan jika produk *snack* impor yang diperdagangkan tidak memiliki izin edar.

Selain hak konsumen atas informasi yang benar, jelas dan jujur, pelaku usaha juga melanggar hak konsumen atas kenyamanan, keamanan,

⁶⁸ *Ibid.*, hlm. 41.

dan keselamatan dalam mengonsumsi sebab *snack* impor yang tidak memiliki izin edar berarti belum melalui pengujian keamanan makanan di BPOM sehingga dapat disimpulkan bahwa *snack* impor tanpa izin edar yang diperdagangkan secara online tersebut dapat membahayakan kesehatan konsumen. Dengan demikian, produk tersebut tidak seharusnya diedarkan kepada konsumen.

Kurangnya kesadaran konsumen dalam memastikan produk makanan yang aman dengan membaca keterangan pada label serta rendahnya pengetahuan konsumen terkait izin edar menyebabkan pelaku usaha cenderung mengabaikan ketentuan izin edar dalam memperdagangkan produknya terlebih yang diedarkan secara online. Hal ini dapat dilihat dari intensitas konsumen membaca keterangan yang tercantum pada label produk serta keterangan yang menjadi perhatian konsumen saat membeli *snack* impor. Ketentuan pencantuman nomor izin edar pada label telah diatur Undang-Undang Pangan. Setiap orang yang mengimpor pangan yang diperdagangkan wajib mencantumkan label di dalam dan/atau pada kemasan pangan pada saat memasuki wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.⁶⁹

Pencantuman label di dalam dan/atau pada Kemasan Pangan sebagaimana dimaksud ditulis atau dicetak dengan menggunakan bahasa Indonesia serta memuat paling sedikit keterangan mengenai :⁷⁰

⁶⁹ Pasal 97 ayat (2) Undang-Undang Pangan

⁷⁰ Pasal 97 ayat (3) Undang-Undang Pangan

- A. Nama produk;
- B. Daftar bahan yang digunakan;
- C. Berat bersih atau isi bersih;
- D. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor;
- E. Halal bagi yang dipersyaratkan;
- F. Tanggal dan kode produksi;
- G. Tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa;
- H. Nomor izin edar bagi Pangan Olahan; dan
- I. Asal-usul bahan Pangan tertentu.

Undang-Undang Pangan turut mengatur perlindungan bagi konsumen seperti mewajibkan pelaku usaha memiliki izin edar. Ketentuan tersebut diatur Pasal 91 Undang-Undang Pangan yaitu setiap produk makanan baik yang berasal dari dalam negeri maupun impor wajib memiliki izin edar untuk menjamin keamanan, mutu, gizi makanan.

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan (selanjutnya disebut Undang-Undang Kesehatan) juga mengatur tentang ketentuan izin edar makanan. Ketentuan izin edar tersebut diatur pada Pasal 111 ayat (2) yaitu makanan dan minuman hanya dapat diedarkan setelah mendapat izin edar sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Makanan yang tidak memenuhi ketentuan standar, persyaratan kesehatan, dan dapat membahayakan kesehatan dilarang untuk diedarkan, ditarik hingga dimusnahkan sebagaimana yang diatur Pasal 111 ayat (6) Undang-Undang Kesehatan.

Berdasarkan ketentuan di atas, maka jelas bahwa makanan impor yang tujuannya untuk diperdagangkan kepada masyarakat harus memiliki izin edar, sehingga pelaku usaha yang memperdagangkan snack impor tanpa izin edar yang beredar secara online jelas tidak memenuhi ketentuan sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Pangan dan Undang-Undang Kesehatan.

Berdasarkan ketentuan yang ada dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, maka setiap penyedia barang dan/atau jasa memiliki tanggung jawab terhadap konsumen. Hal tersebut diatur Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Apabila produk yang diperdagangkan menimbulkan kerugian terhadap konsumen maka berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 21 ayat (1) disebutkan bahwa importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri. Selanjutnya berdasarkan Pasal 19 ayat (1) undang-undang yang sama, disebutkan bahwasanya pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan jasa yang diperdagangkan.

Melihat masih banyaknya *snack* impor yang tidak memiliki nomor izin edar yang diedarkan oleh pelaku usaha melalui Shopee dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha tidak memiliki etika yang baik dalam melakukan usahanya sesuai ketentuan Pasal 7 huruf a Undang-Undang

Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha harus jujur dalam melakukan jual-beli dan ketika menawarkan barang kepada konsumen.

Berdasarkan Pasal 21 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, maka pelaku usaha harus bertanggung jawab atas segala kerugian yang ditimbulkan kepada konsumen walaupun dalam hal ini penjual hanya sebagai importir bukan sebagai produsen barang tersebut. Pelaku usaha bertanggung jawab selayaknya pembuat barang yang diimpor karena yang melakukan impor barang tersebut bukanlah agen ataupun perwakilan (importir) resmi dari produsen pembuat snack tersebut.

Dalam hal ini pelaku usaha yang menjual *snack* impor di Shopee telah melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen dikarenakan melakukan kegiatan pemasaran *snack* impor yang tidak memiliki izin edar. Oleh sebab itu kerugian yang diderita konsumen pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan penggantian ganti rugi sebagaimana yang tercantum Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Pasal 19 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa ganti rugi yang diberikan oleh pelaku usaha dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Menurut Pasal 19 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pemberian ganti rugi tersebut harus dilakukan paling lambat 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi, apabila sampai jangka waktu tersebut

pelaku usaha tidak memberikan ganti kerugian yang diminta oleh konsumen sebagaimana yang dirumuskan Pasal 23 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, maka yang bersangkutan dapat mengajukan gugatan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) ataupun kepada Badan Peradilan Umum di tempat kedudukan konsumen.

Pelaku usaha juga dapat dibebankan tanggung jawab atas sanksi pidana berkenaan dengan pelanggaran dalam melakukan praktek niaga, khususnya terkait dengan ketentuan yang ada dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Pasal 19 ayat (4) mengatur bahwa tanggung jawab pelaku usaha untuk pemberian ganti kerugian tersebut tidak menghilangkan tanggung jawab pidana berdasarkan pembuktian terhadap unsur kesalahan. Pasal 45 ayat (3) juga merumuskan bahwa penyelesaian sengketa di luar pengadilan tidak menghilangkan tanggung jawab pidana, maka walaupun telah mencapai kesepakatan antara kedua belah pihak yang bersengketa yang dikuatkan dengan surat perjanjian perdamaian, tetapi tetap tidak menghilangkan tanggung jawab pidana dari pihak pelaku usaha.

Jika dikaitkan Pasal 62 ayat (1) Undang-undang Perlindungan Konsumen mengenai ketentuan pidana, maka pelaku usaha dapat dikenakan tuntutan sanksi pidana yang bunyinya :

‘Terkait dengan pelanggaran pasal 8 ayat (1) huruf a, g, dan j, maka berdasarkan dalam pasal 62 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat dikenakan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000 (dua milyar rupiah).’

Apabila pelaku usaha terbukti telah melakukan pelanggaran berupa memperdagangkan barang yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standart, tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa, dan tidak mencantumkan informasi/atau petunjuk dalam bahasa Indonesia, maka pelaku usaha tersebut harus bertanggung jawab secara pidana.

Selain sanksi pidana di atas, pelaku usaha dapat dikenakan hukuman sebagaimana diatur Pasal 63 Undang-Undang Perlindungan Konsumen berupa :

- A. Perampasan barang tertentu;
- B. Pengumuman putusan hakim;
- C. Pembayaran ganti rugi;
- D. Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- E. Kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- F. Pencabutan izin usaha.

Penarikan produk pangan impor serta penyitaan terhadap snack-snack impor tersebut dikarenakan tidak memiliki izin edar dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) sehingga tidak memiliki jaminan bahwa produk tersebut aman untuk dikonsumsi.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa shopee sebagai *marketplace* tidak melakukan evaluasi dengan baik terhadap pelaku usaha yang menjual snack impor tanpa izin edar. Snack impor tanpa izin edar yang diperdagangkan pelaku usaha melalui shopee melanggar hak-hak konsumen yaitu hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai produk yang dijual. Oleh karena itu shopee dan pedagang selaku importir wajib memberikan penggantian ganti rugi paling lambat 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi, apabila sampai jangka waktu pemberian ganti rugi tidak dilakukan maka konsumen dapat mengajukan gugatan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau Badan Peradilan Umum di tempat kedudukan konsumen.

B. Saran

1. Shopee harus membuat mekanisme yang lebih ketat dalam menyeleksi makanan-makanan impor khususnya snack impor yang dijual oleh pelaku usaha.
2. konsumen untuk lebih berhati-hati apabila akan membeli snack impor secara online.
3. Adanya penegakan hukum yang lebih baik dalam rangka perlindungan konsumen di bidang pangan. Dan diharapkan kepada pelaku usaha yang

melakukan pelanggaran diberikan sanksi yang tegas sehingga memberikan informasi yang jera bagi pelaku usaha.



DAFTAR PUSTAKA

- A z Nastution. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Daya Widya. Jakarta. 1999.
- A. Qirom Syamsudin Meliala. *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya*. Liberty. Yogyakarta. 1985.
- Adrian Sutedi. *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*. Ghalia Indonesia. Bogor. 2008.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta. 2014.
- _____. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta. 2013.
- _____. *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*. Rajawali Pers. Jakarta. 2011.
- Az. Nasution. *Konsumen dan Hukum*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta. 1995.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika. Jakarta. 2009.
- Eli Wuria Dewi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Graha Ilmu. Yogyakarta. 2015.
- Erman Rajaguguk et,all. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Mandar Maju. Bandung. 2009.
- I Komang Oko Berata. *Panduan Praktis Ekspor Impor*. Raih Asa Sukses. Jakarta. 2014.
- Inosentius Samsul. *Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanngung Jawab Mutlak*. Universitas Indonesia. Jakarta. 2004.
- Janus Sidabalok. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. PT Citra Aditya Bakti. Bandung. 2006.
- Marius P Angipora. *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta. 2002.
- Onno w. Purbo dan Anng Arif Wahyudi. *Mengenal e-Commerce*. Elex Media Komputerindo. Jakarta. 2001.

- Philip Kotler dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta. 2012.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Prenhallindo. Jakarta. 2000.
- Philipus M. Hadjon. et.all, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2011.
- Rachmadi Usman. *Hukum Ekonomi Dalam Dinamik*. Djambatan. Jakarta. 2000.
- Sajipto Rahardjo. *Sisi-sisi Lain dari Hukum di Indonesia*. Kompas. Jakarta. 2003.
- Sjamsul Arifin. *Masyarakat Ekonomi ASEAN:Memperkuat sinergi ASEAN di Tengah Kopentisi Global*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta. 2008.
- Sri Soesilowati Mahdi et,all. *Hukum Perdata (Suatu Pengantar)*. Gitama Jaya. Jakarta. 2005.
- Subekti. *Hukum Perjanjian*. PT Intermedia. Jakarta. 2001.
- Susanti Adi Nugroho. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Cara Serta Kendala Implementasinya*, Kencana, Jakarta, 2011.
- Wirjono Prodjodikoro. *Asas-Asas Hukum Perjanjian*. Cetakan VII, Sumur Bandung. Bandung. 2004.
- Yusuf Shofie. *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*. PT Citra Aditya Bakti. Jakarta. 2003.
- Wahyu Simon Tampubolon. Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Advokasi*. Vol.04. Maret 2016.

Peraturan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Peraturan Badan Pengawasan Obat dan Makanan No. 30 tahun 2017 tentang Pengawasan Pemasukan Obat dan Makanan ke Dalam Wilayah Indonesia

Peraturan Presiden No 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawasan Obat dan Makanan

Data Elektronik

Esther Dwi Maghfirah, *Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce*, dapat diakses melalui www.solusihukum.com, pada tanggal 20 Mei 2019 Pukul 15.00 WIB

<http://www.pom.go.id/> diakses 25 Oktober 2018 jam 19:20 WIB

<http://www.pom.go.id/new/view/direct/function> diakses tanggal 25 Oktober 2018 jam 21:00 WIB

<http://www.pom.go.id/new/view/direct/job> diakses tanggal 11 Oktober 2018 jam 18:45 WIB

Kebijakan Shopee dapat diakses melalui <https://help.shopee.co.id/about/> pada tanggal 24 Juli 2019 Pukul 12.02 WIB

Kebijakan Shopee dapat diakses melalui <https://shopee.co.id/docs/3001> pada tanggal 24 Juli 2019 Pukul 11.51 WIB

Pendaftaran produk BPOM dapat diakses melalui <http://satulyanan/index/49/pendaftaran-produk-bpom/bpom> pada tanggal 13 Oktober 2018 jam 22:01 WIB

Perlindungan Konsumen di Indonesia dapat diakses melalui situs <http://www.jurnalhukum.com/hukum-perlindungan-konsumen-di-indonesia/pada> 20 Maret 2019 Pukul 14.04 WIB

Tentang ASEAN dapat diakses melalui
https://kemlu.go.id/portal/id/read/122/halaman_list_lainnya/tentang-asean 10 Mei
2019 jam 15.06 WIB

