

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dalam perdagangan dan kemajuan industri telah memberikan dorongan yang luar biasa kepada konsumen dalam berkonsumsi<sup>1</sup> karena adanya beragam variasi barang, pangan, dan jasa yang ditawarkan di berbagai *e-commerce* yang dengan mudah didapatkan.<sup>2</sup> Manusia dituntut untuk mampu mengikuti perkembangan zaman yang cukup pesat tersebut yang pada akhirnya mendorong terjadinya proses globalisasi sebagai bentuk keterbukaan antar negara dalam berbagai bidang<sup>3</sup> yang menyebabkan mudahnya seseorang dalam melakukan transaksi jual beli *online* yang terjadi di Indonesia dan belahan dunia lainnya.<sup>4</sup> Hal tersebut dapat diamati secara nyata dalam kehidupan sehari-hari dimana masyarakat dan pelaku usaha banyak yang membeli dan menjual berbagai produknya<sup>5</sup> dengan memasarkan di *e-commerce* Shopee.<sup>6</sup>

Shopee adalah situs elektronik komersial terbanyak digunakan masyarakat yang didirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li.<sup>7</sup> Banyak pelaku usaha yang

---

<sup>1</sup> Krista Yitawati, dkk, *Hukum dan Teknologi (Perlindungan Hukum Jual Beli Melalui Transaksi Elektronik (E-Commerce))*, Pustaka Iltizam, Solo, 2017, hlm. 9.

<sup>2</sup> Sagung Seto, *Pangan & Gizi: Ilmu, Teknologi, Industri & Perdagangan Internasional*, Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2001, hlm.1.

<sup>3</sup> Soesi Idayanti, *Globalisasi Hukum*, Cipta Media Nusantara, Surabaya, 2022, hlm. 16.

<sup>4</sup> Putra, I made Dwijaya dan Ida Ayu Sukihana, "Tanggung Jawab Penyediaan Aplikasi Jual Beli *Online* terhadap Konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen," *Journal Ilmu Hukum*, Vol. 1, No.10, 2018, hlm. 1-15.

<sup>5</sup> Tukino, dkk, *Strategi Bisnis E-Commerce*, Yayasan Kita Menulos, Medan, 2023, hlm. 2.

<sup>6</sup> Panji Ulum, dkk, "Pelatihan Membuka Toko di Marketplace Shopee pada Nasabah Ulamm Kuamang Kuning," *Jurnal Pengabdian Mandiri*, Vol. 2, No. 1, 2023, hlm. 218.

<sup>7</sup> Atifi, N, "Shopee Sales Surge Helps Sea Hit Record Revenue, But Net Loss Widens," 2018, terdapat dalam <https://www.techinasia.com/shopee-sales-surge-helps-sea-hit-record-revenue>. Diakses tanggal 15 Mei 2025, pukul 21.54 wib.

menggunakan aplikasi Shopee karena dalam mempromosikan produk nya lebih mudah dibandingkan dengan *e-commerce* yang lain.<sup>8</sup> Konsumen juga merasa terbantu dengan adanya aplikasi tersebut karena konsumen dapat dengan mudah mendapatkan produk yang murah dan cepat tanpa perlu memesan langsung ke tempatnya.<sup>9</sup> Konsumen yang dimaksud adalah setiap orang yang berstatus sebagai pemakai atau pengguna dari barang dan/atau jasa yang dibelinya tersebut.<sup>10</sup> Mengingat pentingnya hal tersebut maka Indonesia mengeluarkan peraturan khusus yang mengatur mengenai transaksi melalui internet yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE).<sup>11</sup>

Konsumen dalam Shopee *Commerce* harus berhati-hati terhadap risiko yang harus mereka hadapi dalam bertransaksi secara *online*. Sebagai pelaku bisnis, mereka harus memberi suatu bentuk perlindungan hukum bagi konsumennya karena merupakan hal wajib yang harus dilakukan oleh seorang produsen,<sup>12</sup> yang dirumuskan di dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen) yang berbunyi antara lain, “Perlindungan Konsumen

---

<sup>8</sup> Dhany Yudha Pratama dan Henny Prasetyani, “Penggunaan Shopee sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Jual Produk sebagai Narahubung Sosial Marketing,” *Journal of Systems, Information Technology, and Electronics Engineering*, Vol. 2, No. 2, 2022, hlm. 12.

<sup>9</sup> Eristan, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Digital*, Mitra Ilmu, Makassar, 2024, hlm. 8.

<sup>10</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen, Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran*, Nusa Media, Bandung, 2008, hlm. 8.

<sup>11</sup> Lia Catur Muliastuti, “Perlindungan Hukum terhadap para Pihak dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Media Internet,” dalam <https://eprints.undip.ac.id/23920/> . Diakses tanggal 28 Mei 2025, pukul 21.05 WIB.

<sup>12</sup> Widadatul Ulya dan Agustin Riyan Pratiwi, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen*, CV. Malik Rizki Amanah, Banyumas, 2024, hlm. 7.

adalah segala upaya yang menjamin kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Perlindungan hukum bagi konsumen merupakan serangkaian kebijakan hukum yang berfungsi sebagai pelindung hak-hak konsumen<sup>13</sup> dari berbagai bentuk penyalahgunaan, penipuan,<sup>14</sup> atau praktek bisnis yang tidak adil dan dilakukan oleh pelaku usaha.<sup>15</sup> Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut, hal yang paling penting adalah hak atas informasi, yang diatur di dalam Pasal 4 huruf c Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan dari barang dan/atau jasa yang dibelinya. Sedangkan pada Pasal 7 huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai kewajiban dari pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang dijualnya. Hak atas informasi tersebut penting untuk menjadi dasar informasi bagi konsumen dalam mengambil keputusan dalam melanjutkan transaksi atau keputusan menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk dan/atau jasa.<sup>16</sup>

Namun dalam kenyataannya, fenomena yang terjadi di masyarakat saat ini menunjukkan bahwa masih banyak pelaku usaha yang menjual produk makanan kemasan merek tiruan dari merek-merek tertentu tanpa mencantumkan informasi

---

<sup>13</sup> Widjaja G, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen Vo.2*, Gramedia, Jakarta, 2003, hlm. 12.

<sup>14</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2013, hlm. 67.

<sup>15</sup> An Ras T. A, *Etika Bisnis Islam (Kasus-kasus Kontemporer)*, IAIN Parepare Nusantara Press, Sulawesi Selatan, 2022, hlm. 33.

<sup>16</sup> Anna Wulandari dan Heru Mulyanto, *Keputusan Pembelian Konsumen*, PT Kimshafi Alung Cipta, Jawa Barat, 2024, hlm. 28.

yang jelas dan benar.<sup>17</sup> Pelaku usaha yang dengan sengaja menjual produk palsu tersebut tanpa mencantumkan informasi yang jujur tentang produk tersebut telah melakukan kesalahan yang dapat merugikan konsumen dan telah melanggar prinsip perlindungan hukum dalam hal transaksi perdagangan.<sup>18</sup>

Berdasarkan Pasal 86 ayat (2) Undang- Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan (selanjutnya disebut Undang-Undang Pangan) yang menjelaskan bahwa setiap orang yang memproduksi dan/atau memperdagangkan Pangan wajib untuk memenuhi standar Keamanan Pangan dan Mutu Pangan. Menurut penjelasan dari ayat tersebut, setiap orang atau pelaku usaha yang melakukan produksi serta melakukan perdagangan pangan wajib untuk mencukupi standar mutu serta keamanan pangan untuk dapat melakukan pengendalian resiko bahaya pada pangan, sehingga keamanan pangan terjaga.

Beberapa pelaku usaha banyak menjual makanan kemasan palsu dari berbagai merek terkenal melalui transaksi *online* dengan harga yang lebih murah. Makanan kemasan tersebut biasanya tidak dikemas sebagaimana layaknya, melainkan dikemas dalam plastik kiloan, contohnya coklat silver queen 1 kg, choco chips 500 gram, twister 250 gram, dan merek terkenal lainnya dengan mencantumkan nama merek-merek tertentu. Pelaku usaha dimungkinkan mendapatkan keuntungan besar karena produk palsu merek tersebut laku dan

---

<sup>17</sup> Bukit, A. N, dkk, "Fenomena Produk dengan Merek Palsu: Perlindungan Konsumen?," *Jurnal Sapientia et Virtus*, Vol. 7, No.1, 2022, hlm. 1.

<sup>18</sup> Esther Masri, dkk, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, CV. Jakad Media Publishing, Surabaya, 2023, hlm. 66.

banyak dibeli oleh masyarakat.<sup>19</sup> Meskipun pada kolom *rating* atau penilaian toko yang menjual produk tersebut terdapat beberapa konsumen yang kecewa dan memberikan *rating* buruk karena konsumen merasa makanan yang dijual tersebut dari segi rasa dan kualitas sangat berbeda dengan produk aslinya.

Idealitanya pemenuhan hak atas informasi konsumen diatur dalam Pasal 4 huruf c Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa sedangkan pelaku usaha harus memberikan informasi secara jujur terhadap produk yang dijualnya sesuai dengan yang diatur di Pasal 7 huruf b Undang- Undang Perlindungan Konsumen. Realitanya, di *Shopee commerce* pemenuhan hak atas informasi konsumen belum terpenuhi karena beberapa pelaku usaha mengabaikan hal tersebut dengan membuat informasi yang tidak sesuai dengan keadaan serta spesifikasi barang yang dijualnya, seperti makanan dengan label merek palsu, tanpa keterangan bahan, dan tanpa informasi tanggal kedaluwarsa.<sup>20</sup>

Idealitanya pelaku usaha bertanggungjawab atas keamanan pangan sesuai dengan yang diatur pada Pasal 71 ayat (1) Undang-Undang Pangan yang menyatakan bahwa setiap orang yang terlibat dalam rantai pangan wajib untuk mengendalikan risiko bahaya pada pangan, baik yang berasal dari bahan, peralatan, sarana produksi, maupun dari perseorangan sehingga Keamanan Pangan terjamin.

---

<sup>19</sup> Margaret, M dan Esa, A, "Rational Choice Penjual dan Pembeli dalam Perdagangan Barang Counterfeit di Pasar Taman Puring," *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol. 6, No.2, 2022, hlm. 8.

<sup>20</sup> Muhammad Ikhsan Rizky Zulkarnain, "Perlindungan Konsumen atas Hak Informasi terhadap Buku yang Dijual oleh Pelaku Usaha Online," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bidang Hukum Keperdataan*, Vol. 3, No. 2, 2019, hlm. 221.

Realitanya, pelaku usaha yang menjual makanan tiruan bermerek di *Shopee commerce* mengabaikan hak konsumen, seperti tidak mencantumkan komposisi, kedaluwarsa, dan memanipulasi nama mereknya. Pelaku usaha mengemas produk dari sumber yang tidak diketahui tanpa proses verifikasi keamanan atau legalitas sehingga banyak konsumen yang merasa dirugikan.<sup>21</sup> Pelaku usaha tidak memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen tersebut, meskipun hal itu merupakan bentuk tanggung jawab yang seharusnya dipenuhi sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pemenuhan hak atas informasi konsumen pada produk makanan tiruan bermerek melalui *Shopee commerce*?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen atas keamanan pangan pada makanan tiruan bermerek di *Shopee commerce*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin penulis capai dari pembuatan Tugas Akhir ini adalah:

1. Untuk menganalisis bagaimana pemenuhan hak atas informasi konsumen pada produk makanan tiruan bermerek melalui *Shopee commerce*.

---

<sup>21</sup> Amalia Nurzannah dan Tetty Marlina, "Perlindungan Hukum terhadap Pencantuman Merek Terdaftar pada Packing Snack Kiloan di Marketplace Shopee Perspektif Fatwa MUI Nomor 1/Munas VII/MUI/ 5/2005 Tentang Hak Kekayaan Intelektual," *Jurnal Interpretasi Hukum*, Vol. 5, No. 1, 2024, hlm. 928.

2. Untuk menganalisis bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen atas keamanan pangan pada makanan tiruan bermerek di *Shopee commerce*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini dilakukan guna dapat membantu serta mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang hukum khususnya pada pemenuhan hak atas informasi konsumen pada produk makanan tiruan bermerek melalui *Shopee commerce*.
  - b. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan atau referensi terhadap penelitian berikutnya.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi penulis penelitian ini sangat bermanfaat karena menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Perlindungan Konsumen.
  - b. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran bagi pihak yang berkepentingan.

#### **E. Orisinalitas Penelitian**

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap penelitian-penelitian sebelumnya ditemukan adanya persamaan dan perbedaan sebagai berikut:

No	Penulis	Judul/Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Bagus Syailendra	Pelaksanaan Perlindungan Konsumen terhadap Barang Tiruan di Kota Semarang/2020	Memiliki pembahasan yang serupa yaitu membahas perlindungan konsumen	Terdapat perbedaan yaitu pada sebuah objek penelitian yang di mana membahas tentang barang tiruan di Kota

			terhadap produk tiruan.	Semarang, sedangkan objek penelitian penulis yaitu membahas tentang makanan tiruan secara umum.
2.	Kharisma Adelia Riqovani	Perlindungan Konsumen terhadap Pembelian Produk Skincare Palsu melalui <i>MARKETPLACE SHOPEE/2021</i>	Memiliki pembahasan yang serupa yaitu membahas tentang hak konsumen terhadap produk yang dibeli di <i>e-commerce</i> .	Terdapat perbedaan yaitu pada sebuah objek penelitian yang di mana membahas tentang skincare, sedangkan objek penelitian penulis yaitu membahas tentang makanan.
3.	Theo Reberu	Perlindungan Konsumen terhadap Barang Palsu dalam Perdagangan <i>Online (E-Commerce)/2021</i>	Memiliki pembahasan yang serupa yaitu membahas tentang produk palsu yang dijual di <i>e-commerce</i> .	Terdapat perbedaan yaitu pada sebuah objek penelitian yang di mana membahas tentang barang palsu, sedangkan objek penelitian penulis yaitu membahas tentang makanan tiruan.
4.	Lorenzo Arya Moniaga	Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Barang yang Tidak Sesuai oleh Penjual <i>Online Shop</i> melalui <i>E-COMMERCE/2023</i>	Memiliki pembahasan yang serupa yaitu membahas perlindungan konsumen terhadap produk yang tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha.	Terdapat perbedaan yaitu pada sebuah objek penelitian di mana membahas tentang barang yang tidak sesuai, sedangkan penelitian penulis membahas tentang makanan tiruan.
5.	Muhammad Reza Ramadhan	Perlindungan Konsumen terhadap Jual Beli <i>Online</i> Produk Kosmetik dalam Kemasan <i>Share In Jar</i> di Shopee Menurut Konsep Tadlis/2023	Memiliki pembahasan yang serupa yaitu perlindungan konsumen terhadap produk yang mengandung unsur penipuan	Terdapat perbedaan yaitu pada objek penelitian di mana membahas tentang kosmetik <i>share in jar</i> , sedangkan penelitian penulis

			maupun pemalsuan produk.	berfokus pada makanan tiruan.
6.	Selviana	Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen terhadap Ketidaksesuaian Barang dalam Platform Jual Beli <i>Online/2024</i>	Memiliki pembahasan yang serupa yaitu mengkaji aspek perlindungan konsumen dalam transaksi <i>e-commerce</i> yang relevan dengan tema produk tiruan.	Terdapat perbedaan yaitu pada fokus objek penelitian yang di mana membahas tentang ketidaksesuaian barang, sedangkan penelitian penulis membahas tentang makanan tiruan.
7.	Rizal Barkah Fahru Rozi	Perlindungan Konsumen atas Informasi Label Palsu Menurut Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Fatwa DSN-MUI Nomor 110 Tahun 2017/ 2024	Memiliki pembahasan yang serupa yaitu hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar tentang produk yang mereka beli asli atau palsu.	Terdapat perbedaan yaitu pada fokus penelitian di mana membahas label yang menyesatkan terutama berat bersih, sedangkan penelitian penulis membahas pemalsuan produk pada makanan tiruan.

Berdasarkan hasil penelusuran dari penelitian-penelitian sebelumnya didapat persamaan dan perbedaan yang menunjukkan bahwa penelitian penulis adalah orisinal.

## F. Kerangka Teori

### 1. Perlindungan Konsumen

#### a. Pengertian Perlindungan Konsumen

Soetjipto Rahardjo mengemukakan bahwa perlindungan hukum adalah upaya untuk melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya yang digunakan untuk

bertindak dalam kepentingan tersebut. Menurutnya, salah satu sifat dan tujuan dari hukum adalah memberikan perlindungan atau pengayoman kepada masyarakat, sehingga perlindungan hukum terhadap masyarakat harus diwujudkan dalam bentuk adanya kepastian hukum.<sup>22</sup>

Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa, perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan hukum bagi konsumen adalah sebuah perangkat hukum yang diciptakan oleh lembaga pemerintah yang digunakan untuk memberikan perlindungan hukum dan jaminan kepastian hukum bagi para konsumen dari berbagai macam permasalahan maupun sengketa yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha.<sup>23</sup> Sehingga, hukum perlindungan konsumen merupakan salah satu bagian dari hukum konsumen yang memuat berbagai asas-asas dan kaidah-kaidah yang mempunyai sifat mengatur agar dapat melindungi kepentingan para konsumen agar mereka tidak selalu menderita kerugian akibat ulah para produsen yang tidak bertanggung jawab atas barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh produsen itu sendiri.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Soetjipto Rahardjo, *Persoalan Hukum di Indonesia*, Alumni, Bandung, 2013, hlm. 121.

<sup>23</sup> Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015, hlm.

4.

<sup>24</sup> *Ibid*, hlm. 5.

## b. Tujuan Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Perlindungan Konsumen bertujuan untuk melindungi konsumen dalam upaya pemenuhan hak-haknya, serta memastikan agar konsumen memiliki *bargaining position* yang sama dengan pelaku usaha.<sup>25</sup> Menurut Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menjelaskan tentang tujuan Perlindungan Konsumen, yaitu:

Perlindungan konsumen bertujuan:

- a. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/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.

## c. Hak dan Kewajiban Konsumen

Menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain yang tidak untuk diperdagangkan.

---

<sup>25</sup> Yessy Kusumadewi dan Grace Sharon, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Lembaga Fatimah Azzahrah, Yogyakarta, 2022, hlm. 16.

Hak konsumen adalah hak dasar yang dimiliki oleh setiap konsumen dalam melakukan transaksi barang dan/atau jasa yang bertujuan untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis oleh pelaku usaha yang tidak etis, memberikan keadilan dalam bertansaksi, serta memastikan keselamatan dan kenyamanan konsumen dalam bertansaksi.<sup>26</sup>

Hak konsumen diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu:

Hak konsumen adalah:

- 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 dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sedangkan kewajiban konsumen terdapat dalam Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu:

---

<sup>26</sup> Mohd. Yusuf Daeng, dkk, "Peran Lembaga Perlindungan Konsumen dalam Menegakkan Hak Konsumen di Indonesia," *Innovative: Journal of Social Science Research*, Vol. 3, No. 6, 2023, hlm. 2887.

Kewajiban konsumen adalah:

- a) membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau 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.

d. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Berdasarkan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha adalah setiap 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.

Hak pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu:

Hak pelaku usaha adalah:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam 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 peraturan perundang-undangan lainnya.

Sedangkan kewajiban dari pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu:

Kewajiban pelaku usaha adalah:

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

## 2. Hubungan Pelaku Usaha dan Konsumen

Hubungan hukum adalah hubungan antara dua subyek hukum atau lebih terkait dengan hak dan kewajiban di satu pihak yang berhadapan dengan hak dan kewajiban pihak lain.<sup>27</sup> Hubungan hukum memiliki dua syarat yaitu adanya dasar hukum dan adanya suatu peristiwa hukum.<sup>28</sup> Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen terjadi saat timbul hak dan kewajiban para pihak yaitu ketika kedua belah pihak melakukan sebuah perjanjian atau transaksi yang sebelumnya telah disetujui oleh para pihak tersebut yang menyebabkan timbulnya hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Soeroso R, *Pengantar Ilmu Hukum*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2006, hlm. 269.

<sup>28</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Pengantar Ilmu Hukum*, Prenada Media Grup, Jakarta, 2012, hlm. 254.

<sup>29</sup> Wahyu Sasongko, *Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Lampung, Lampung, 2007, hlm. 59.

Hubungan produsen dan konsumen adalah hubungan yang bersifat ketergantungan,<sup>30</sup> dalam artian produsen tidak dapat berdiri sendiri memproduksi barang tanpa memikirkan bagaimana cara pemasarannya (bersifat apriori). Sedangkan konsumen tidak dapat berpandangan bahwa karena mereka memiliki uang, maka mereka bebas untuk menentukan pilihannya.<sup>31</sup> Diperlukan keseimbangan hubungan antara produsen dan konsumen, karena uang tanpa barang tidak ada artinya. Prinsip kemitraan antara produsen dan konsumen saling membutuhkan dan memiliki konsekuensi di masing-masing hak dan kewajiban.<sup>32</sup>

Salah satu kewajiban produsen yaitu dengan menyediakan produk yang aman, tidak membahayakan konsumen, dan memenuhi standar produk. Bila produsen menghasilkan produk yang tidak aman dan merugikan konsumen, maka produsen harus bertanggung jawab terhadap produk yang diproduksinya atau disebut dengan tanggung jawab produk (*Produkten Aansprakelijkheid*)<sup>33</sup>. Konsumen sebagai pemakai akhir dari sebuah produk tidak tahu menahu dalam proses pembuatan produk yang dihasilkan produsen, sehingga posisi konsumen seolah-olah hanya menerima dan tidak tahu bagaimana barang-barang tersebut diproduksi, dalam artian bahwa konsumen tidak dapat melakukan klarifikasi terhadap proses produksi barang tersebut. Sementara itu, konsumenlah yang

---

<sup>30</sup> Wiwik Pratiwi, "Negara Hukum, Pemenuhan Perlindungan Konsumen dan HAM (Telaah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen)," *Jurnal Penelitian Hukum Indonesia*, Vol. 1, No. 1, 2020, hlm. 29.

<sup>31</sup> Anak Agung S. N. I, *Hukum Perlindungan Konsumen (Hubungan Konsumen Produsen, Asas, Tujuan & Aspek Hukum Perdata, Administrasi, Pidana)*, Udayana University Press, Bali, 2020, hlm. 19.

<sup>32</sup> *Ibid*, hlm. 20.

<sup>33</sup> M. Ali Mansyur, *Penegakan Hukum tentang Tanggung Gugat Produsen dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*, Genta Press, Jakarta, 2007, hlm. 2.

pertama kali menerima risiko apabila seandainya terjadi sesuatu akibat negatif terkait produk tersebut.

Memperhatikan kenyataan di atas, dapat dikatakan bahwa konsumen memiliki segala keterbatasannya dalam membeli produk dan seringkali mendapat produk yang tidak sebagaimana diharapkan dan menderita kerugian akibat dari pemakaian produk, sehingga apabila terjadi kerugian yang diderita konsumen karena pemakaian produk tersebut maka produsen harus bertanggung jawab dengan konsekuensi produsen menanggung setiap gugatan yang akan diajukan oleh konsumen.<sup>34</sup>

### 3. Perjanjian Jual Beli

Jual beli adalah suatu persetujuan saling mengikat antara penjual atau pihak yang menyerahkan atau menjual barangnya dengan pembeli sebagai pihak yang membayar atau membeli barang yang di jual dan telah disepakati<sup>35</sup> dengan dilakukannya akad maupun tidak menggunakan akad.<sup>36</sup> Secara umum, suatu perjanjian harus memuat beberapa unsur, yaitu: <sup>37</sup>

- a. Esensial, sebagai unsur pokok yang harus ada dalam setiap perjanjian, seperti identitas dari para pihak yang harus dicantumkan, termasuk di perjanjian elektronik.

---

<sup>34</sup> Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003, hlm. 59.

<sup>35</sup> Umi Hani, *Fiqih Muamalah*, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary Banjarmasin, Banjarmasin, 2021, hlm. 43.

<sup>36</sup> Ali Imran, *Fikih Taharah, Ibadah Muamalah*, Cipta Pustaka Media Perintis, Bandung, 2011.

<sup>37</sup> R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 2.

- b. Natural, sebagai unsur yang ada dalam perjanjian meskipun tidak dituangkan secara tegas, seperti itikad baik dari masing-masing pihaknya.
- c. Asidental, sebagai unsur tambahan yang ada di perjanjian dan diberikan oleh para pihaknya, seperti klausula tambahan yang berbunyi, “barang yang dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan.”

Menurut Pasal 1457 KUHPerdara yang mengatur mengenai perjanjian jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan hak milik atas suatu kebendaan, sedangkan pihak lainnya mengikatkan dirinya untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Perjanjian jual beli tersebut bersifat konsensual, artinya perjanjian jual beli telah terjadi diantara para pihak dengan adanya kata sepakat mengenai barang dan harga meskipun barang belum diserahkan maupun harga belum dibayarkan.<sup>38</sup> Transaksi jual beli diatur didalam Pasal 1320 KUHPerdara yang menjabarkan terkait syarat-syarat sah dalam proses jual beli, yaitu sepakat bagi mereka yang mengikatkan dirinya, cakap untuk dapat membuat suatu perjanjian, adanya objek perjanjian, dan adanya suatu sebab yang halal atau tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Kitab Undang- Undang Hukum Perdata, Pasal 1458.

<sup>39</sup> Laksamana Varelino dan Paramita Prananingtyas, “Aspek Hukum Perjanjian dalam Transaksi Jual Beli secara *Online*,” *Notarius*, Vol. 16, No. 3, 2023, hlm. 1363.

#### 4. Produk Tiruan

Produk tiruan adalah sebuah produk yang diproduksi sebagai replica atau imitasi yang dibuat semirip mungkin dengan produk aslinya<sup>40</sup> karena produk asli tersebut memiliki harga yang tinggi.<sup>41</sup> Dengan kata lain, barang palsu merupakan sebuah barang yang dibuat sebagai tiruan, replica, atau imitasi dari barang lain.<sup>42</sup> Produk tiruan atau produk palsu adalah produk yang dibuat dengan cara meniru merek yang sudah dikenal luas dan dibikin semirip mungkin dengan produk aslinya, termasuk dalam hal *packaging*, *labelling*, atau *trandemark* dengan harga yang lebih murah untuk menarik minat beli konsumen.<sup>43</sup> Produk palsu dapat berdampak pada kesehatan dan keamanan konsumen serta kualitas produk.<sup>44</sup> McDonald dan Robert (1994) berpendapat bahwa konsumen yang membeli produk tiruan ada 2 (dua) yaitu orang-orang yang tertipu dan berfikir bahwa produk yang mereka beli adalah asli dan orang-orang yang dengan sadar membeli tiruan.

---

<sup>40</sup> Solihah Sari Rahayu dkk, "Jual Beli Produk Imitasi Fashion Perspektif Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014 dan Hukum Islam," *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 2, No. 2, 2019, hlm. 202.

<sup>41</sup> M. Anwar Nashir, "Perlindungan Hukum bagi Masyarakat terhadap Peredaran Barang Palsu," *Jurnal Hukum Progresif*, Vol.11, No. 1, 2023, hlm. 3.

<sup>42</sup> Farid Ma'ruf, "Hukum Barang KW (Tiruan)," dalam <https://konsultasi.wordpress.com>. Diakses tanggal 15 Mei 2025, pukul 23.05 wib.

<sup>43</sup> Delicia Regina Jacob dkk, "Penyahagunaan Fungsi Marketplace Digital Shopee "Key Logistic Shop" dalam Mengomunikasikan Produk Palsu Maybelinne terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Cahaya Mandalika*, Vol. 4, No. 1, 2023, hlm. 320.

<sup>44</sup> Sri Agustini dkk, "Tantangan dan Solusi dalam Implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap Produk Palsu," *Journal of Global Legal Review*, Vol. 2, No. 2, 2024, hlm. 2.

## 5. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Menurut kamus hukum, tanggung jawab adalah kewajiban dalam menanggung segala sesuatu yang menjadi kewajibannya.<sup>45</sup> Tanggung jawab tersebut muncul akibat dari kebebasan dalam bertindak secara etika atau moralitas dalam melakukan perbuatan itu.<sup>46</sup> Tanggung jawab juga dapat diartikan sebagai sikap moral terhadap pemenuhan kewajiban seseorang, atau sikap hukum terhadap pelanggaran tanggung jawab atau pelanggaran terhadap hak pihak lain.<sup>47</sup>

Bahwa dalam dunia perdagangan, suatu produk bisa sampai ke konsumen selalu melalui perantara sharing, seperti grosir, agen, distributor, dan pedagang eceran. Situasi tersebut menambah kesulitan bagi konsumen yang menuntut kerugian yang dideritanya, sehingga perlu adanya tanggung jawab dari pelaku usaha terkait produk yang telah beredar di masyarakat atau konsumen tersebut.<sup>48</sup>

Tanggung jawab pelaku usaha tertuang dalam Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa, “Pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau yang diperdagangkan.”

---

<sup>45</sup> Andi Hamzah, *Kamus Hukum*, Ghalia Indonesia, Surabaya, 2005, hlm. 25.

<sup>46</sup> Soekidjo Notoatmojo, *Etika dan Hukum Kesehatan*, Rineka Cipta, Jakarta, 2010, hlm. 46.

<sup>47</sup> *Ibid*, hlm. 253.

<sup>48</sup> Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 49.

## **G. Definisi Operasional**

1. Produk tiruan atau produk palsu adalah sebuah barang yang sengaja diproduksi sebagai tiruan, replica, atau imitasi dari barang lainnya, dan diproduksi semirip mungkin dengan barang aslinya tanpa sepengetahuan pemilik asli merek produk tersebut.<sup>49</sup>
2. *E-Commerce* adalah transaksi komersial yang terjadi antara penjual dan pembeli atau pihak-pihak lainnya dalam hubungan kontrak yang menggunakan media elektronik atau digital yang tidak memerlukan interaksi secara fisik dan transaksi dapat dilakukan secara lintas batas.<sup>50</sup>

## **H. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis-normatif yaitu penelitian dalam ilmu hukum yang berpedoman atau mengacu pada bahan-bahan kepustakaan dengan cara menelaah pendekatan teori- teori, konsep- konsep, atau peraturan perundang- undangan yang bersangkutan dengan penelitian ini atau dengan pendekatan perundang-undangan.<sup>51</sup>

---

<sup>49</sup> Adelia Ayu Saputri, "Rational Choice Jual-Beli Barang Counterfeit," *Journal of Economics Business Ethic and Science Histories*, Vol. 1, No. 1, 2023, hlm. 37.

<sup>50</sup> Nurmin Arianto, *E-Commerce Internasional*, PT. Literasi Nusantara Abadi Grup, Malang, 2024, hlm. 2.

<sup>51</sup> Abdul Kadir, *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004, hlm. 52.

## 2. Objek Penelitian

Objek penelitian atau variabel penelitian adalah sesuatu yang menjadi perhatian peneliti yang menjadi kajian dalam rumusan masalah.<sup>52</sup> Objek dalam penelitian ini yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Undang- Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan.

## 3. Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder yaitu merupakan informasi yang dikumpulkan dari kepustakaan dan diperoleh melalui bahan-bahan hukum berupa primer, sekunder dan tersier yaitu:<sup>53</sup>

- a. Bahan hukum primer dalam penelitian ini terdiri dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Undang- Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan.
- b. Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini berupa jurnal hukum, literatur buku, website dan penelitian akhir.
- c. Bahan hukum tersier dalam penelitian ini berupa Kamus Besar Bahasa Indonesia.

## 4. Metode Pengumpulan Data Penelitian

---

<sup>52</sup> Rifa'I Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2021, hlm. 55.

<sup>53</sup> Muh Yani Balaka, *Metodologi Penelitian*, Widina Bhakti Persada Bandung, Bandung, 2022, hlm.21.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan studi kepustakaan dan wawancara dengan menginventarisir peraturan Perundang-undangan, dokumen-dokumen resmi, makalah, hasil penelitian, dan buku-buku yang dapat berkaitan dengan materi yang menjadi objek penelitian untuk selanjutnya dapat dipelajari dan dikaji sebagai kesatuan yang utuh.<sup>54</sup>

## 5. Metode Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kasus (*case approach*) dan metode pendekatan peraturan perundang-undangan (*statute approach*). Metode pendekatan kasus (*case approach*) yaitu dengan cara meneliti terhadap kasus-kasus yang berkaitan dengan isu yang sedang dihadapi.<sup>55</sup> Metode pendekatan peraturan perundang-undangan (*statute approach*) yaitu dengan menelaah dari suatu peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan isu hukum yang penulis teliti.<sup>56</sup> Pendekatan yuridis normatif dilakukan dengan menganalisis bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier secara normatif yang berdasarkan pendekatan konseptual dan peraturan perundang-undangan yang sesuai dengan rumusan masalah.<sup>57</sup>

---

<sup>54</sup> Gulo, W, *Metodologi Penelitian*, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2014, hlm. 14.

<sup>55</sup> Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007, hlm. 27.

<sup>56</sup> Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2012, hlm. 118.

<sup>57</sup> Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram University Press, NTB, 2020, hlm. 129.

## 6. Analisis Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif, yaitu metode yang digunakan untuk mengolah dan memproses data.<sup>58</sup> Pandangan Penulis akan dipaparkan dengan bantuan dari analisis data ini.

### I. Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab sebagai berikut:

#### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Pada bab ini, penulis akan membahas mengenai gambaran umum yang meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, orisinalitas penelitian, kerangka teori, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini penulis akan memaparkan tinjauan umum tentang perjanjian jual beli, perlindungan konsumen, hak atas informasi, dan tanggung jawab pelaku usaha.

#### **BAB III: PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis akan menganalisa bagaimana bentuk pemenuhan hak atas informasi konsumen pada produk makanan tiruan bermerek melalui *Shopee commerce* serta mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen atas keamanan pangan pada makanan tiruan bermerek di *Shopee commerce*.

---

<sup>58</sup> I Made Pasek Diantha, *Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum*, Prenada Media Group, Jakarta, 2016, hlm. 156.

#### **BAB IV: PENUTUP**

Pada bab ini, penulis akan memaparkan kesimpulan serta saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis sehingga diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi perkembangan hukum di Indonesia mengenai hukum keperdataan khususnya mengenai perlindungan konsumen.