

SKRIPSI

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP MAKANAN
RINGAN YANG DIKEMAS ULANG DI LOKAPASAR SHOPEE**

***CONSUMER PROTECTION FOR REPACKAGED SNACKS
AT MARKETPLACE SHOPEE***



Oleh:

ANUGRAH MUNANDAR
B011191261



**PROGRAM STUDI SARJANA ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

Optimized using
trial version
www.balesio.com

HALAMAN JUDUL

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP MAKANAN
RINGAN YANG DIKEMAS ULANG DI LOKAPASAR SHOPEE**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi Sarjana Ilmu Hukum

Disusun dan diajukan oleh:

ANUGRAH MUNANDAR
B011191261



**PROGRAM STUDI SARJANA ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

Optimized using
trial version
www.balesio.com

PENGESAHAN SKRIPSI

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP MAKANAN RINGAN YANG
DIKEMAS ULANG DI LOKAPASAR SHOPEE**

Disusun dan diajukan oleh :

ANUGRAH MUNANDAR

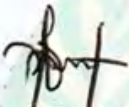
B011191261

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Skripsi yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Departemen Hukum Perdata Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Pada hari Kamis, 08 Agustus 2024 Dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan.

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Dr. Nurfaidah Said, S.H., M.Hum., M.Si.
NIP. 196006211986012001


Dr. Aulia Rifai, S.H., M.H.
NIP. 197304202005012001

Ketua Program Studi Sarjana Ilmu Hukum



Dr. Muhammad Ilham Arisaputra, S.H., M.Kn.
NIP. 198408182010121005



PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP MAKANAN RINGAN YANG DIKEMAS ULANG DI LOKAPASAR SHOPEE

Diajukan dan disusun oleh:

ANUGRAH MUNANDAR
B011191261

Untuk Tahap UJIAN SKRIPSI
Pada Tanggal 08 Agustus 2024

Menyetujui:

Komisi Penasihat

Pembimbing Utama



Dr. Nurfaidah Said, S.H., M.Hum., M.Si.
NIP. 19600621 198601 2 001

Pembimbing Pendamping



Dr. Aulia Rifai, S.H., M.H.
NIP. 19730420 200501 2 001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS HUKUM

Jln. Perintis Kemerdekaan KM.10 Kota Makassar 90245, Propinsi Sulawesi Selatan
Telp : (0411) 587219,546686, Website: <https://lawfaculty.unhas.ac.id>

PERSETUJUAN MENEMPUH UJIAN SKRIPSI

Diterangkan bahwa skripsi mahasiswa :

Nama	: ANUGRAH MUNANDAR
N I M	: B011191261
Program Studi	: Ilmu Hukum
Departemen	: Hukum Keperdataan
Judul Skripsi	: PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP MAKANAN RINGAN YANG DIKEMAS ULANG DI LOKAPASAR SHOPEE

Memenuhi syarat untuk diajukan dalam ujian skripsi sebagai ujian akhir program studi.

Makassar, Agustus 2024



Dr. Hainzah Halim, SH., M.H., M.A.P.
NIP. 19731231 199903 1 003



PERNYATAAN KEASLIAN

Nama : Anugrah Munandar
NIM : B011191261
Program Studi : Sarjana Ilmu Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penulisan Skripsi yang berjudul **PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP MAKANAN RINGAN YANG DIKEMAS ULANG DI LOKAPASAR SHOPEE** adalah benar-benar karya saya sendiri. Adapun yang bukan merupakan karya saya dalam penulisan Skripsi ini diberi tanda *citasi* dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 dan Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.

Makassar, 24 Januari 2024
Yang membuat pernyataan,



Anugrah Munandar
B011191261



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT. zat yang maha kuasa yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan dan penyusunan Skripsi yang berjudul **“PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP MAKANAN RINGAN YANG DIKEMAS ULANG DI LOKAPASAR”**. Tak lupa pula shalawat serta salam dikirimkan kepada Baginda Nabi Besar Muhammad SAW. sang teladan terbaik sepanjang masa yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju ke zaman yang terang benderang.

Penyusunan skripsi ini merupakan tugas akhir dan salah satu syarat yang harus dipenuhi agar bisa memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) di Fakultas Hukum, Universitas Hasanuddin. Dalam proses penyusunan skripsi ini, tentu tidak terlepas dari dorongan, dan dukungan dari kedua orang tua yang sangat penulis cintai dan sayangi, Andering, S.Pd., M.M., dan Hj. Mutmainnah yang senantiasa memberikan dukungan serta doa untuk penulis mencapai tahap ini. Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada saudara kandung penulis yaitu Nurfadillah, S.E., M.Ak. dan Rahmat, S.Pt., M.Si. yang turut memberikan doa dan dukungan kepada penulis.



Melalui kesempatan ini pula, penulis ingin menyampaikan rasa kasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah

memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi untuk penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc selaku Rektor Universitas Hasanuddin beserta para Wakil Rektor, Prof. drg. Muhammad Ruslin, M.Kes., Ph.D., Sp.BM(K) selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan, Prof. Subehan, S.Si., M.Pharm., Sc., Ph.D, Apt. selaku Wakil Rektor Bidang Perencanaan, Pengembangan, dan Keuangan, Prof. Dr. Farida Patitingi, S.H., M.Hum. selaku Wakil Rektor Sumber Daya Manusia, Alumni, dan Sistem Informasi, dan Prof. Dr. Eng. Adi Maulana, S.T., M.Phil. selaku Wakil Rektor Bidang Kemitraan, Inovasi, Kewirausahaan, dan Bisnis periode 2022-2026.
2. Prof. Dr. Hamzah Halim, S.H., M.H., M.A.P. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin dan para Wakil Dekan, Prof. Dr. Maskun, S.H., LL.M. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan, Prof. Dr. Iin Karita Sakharina, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan Bidang Perencanaan, Sumber Daya, dan Alumni, Dr. Ratnawati, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan Bidang Kemitraan, Riset, dan Inovasi periode 2022-2026.
3. Dr. Muh. Ilham Arisaputra, S.H., M.Kn. selaku Ketua Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin periode 2022-



).

4. Dr. Aulia Rifai, S.H., M.H. selaku Ketua Departemen Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, dan Amaliyah, S.H., M.H. selaku Sekretaris Departemen Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin periode 2022-2026.
5. Dr. Nurfaidah Said, S.H., M.Hum., M.Si. selaku dosen pembimbing utama dan Dr. Aulia Rifai, S.H., M.H. selaku dosen pembimbing pendamping yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, serta saran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Muhammad Basri, S.H.,M.H., selaku dosen penilai I dan Dr. Sakka Pati., S.H., M.H. selaku dosen penilai II atas saran serta kritikan yang membangun selama ujian skripsi berlangsung sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
7. Dosen Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin yang telah berjasa dalam mendidik serta memberi ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin
8. Seluruh Pegawai dan Staf Akademik Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan segala kebutuhan administrasi penulis.
9. *Customer Service* PT. Shopee Indonesia, Pemilik toko *online* Winsnack dan Camilanahay yang telah meluangkan waktu untuk



akukan wawancara dan memberikan data dan informasi terkait dengan penelitian ini.

10. Keluarga besar *Asian Law Students Association (ALSA) Local Chapter* Universitas Hasanuddin khususnya *Funding Department* yang telah menjadi wadah belajar dan berkembang bagi penulis.
11. Keluarga besar angkatan ADAGIUM 2019 yang telah bersama-sama dengan penulis sejak awal mahasiswa baru hingga menjadi mahasiswa akhir, semoga dapat terus menjaga hubungan dengan baik.
12. Teman-teman seperjuangan penulis sejak mahasiswa baru sampai sekarang yakni, Fetronela, Christami, Alfridha, Mayang, Qothifah, Nadila, Stella, Roslina, Dewa, Adeyanto, Arman, William, dan Akbar yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyusun skripsi ini.
13. Teman-Teman seperjuangan penulis sejak SMA hingga sekarang, yakni Wahda, Jurana, Nurdhil, Mj, MU, Afni, Mutee, Dollo, dan Dilan.

Terakhir, penulis memohon maaf apabila skripsi ini masih terdapat kekurangan. Saran dan masukan sangat penulis harapkan untuk memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, peneliti di masa yang akan datang, serta bagi para mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin.

Makassar, 23 Januari 2024

ANUGRAH MUNANDAR
B011191261



ABSTRAK

ANUGRAH MUNANDAR (B011191261) dengan judul ***“Perlindungan Konsumen Terhadap Makanan Ringan Yang Dikemas Ulang di Lokapasar Shopee”*** dibimbing oleh **Nurfaidah Said** sebagai Pembimbing Utama dan **Aulia Rifai** sebagai Pembimbing Pendamping.

Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat makanan ringan kemasan ulang yang diperjualbelikan di lokapasar Shopee yang ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang Pangan serta menguraikan tindakan pihak Shopee terhadap akun toko *online* yang melakukan pelanggaran terhadap ketentuan yang berlaku.

Penelitian yang dilakukan merupakan tipe penelitian empiris. Data primer diperoleh dari wawancara dan kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari skripsi, jurnal, dan berita yang memiliki sangkut paut dengan judul penelitian ini. Seluruh data yang telah diperoleh dalam penelitian ini, dianalisis dengan teknik analisis kualitatif. Selanjutnya, data yang telah penulis analisis kemudian disajikan secara deskriptif.

Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang dirugikan berupa penggantian barang dan/atau pengembalian dana/uang. (2) Tindakan yang dilakukan oleh pihak Shopee terhadap pelaku usaha yang melakukan pelanggaran adalah pembatasan terhadap toko yang melakukan pelanggaran, pemblokiran akun/toko yang melakukan pelanggaran, dan penghapusan produk sehingga produk tidak dapat diperjualbelikan kembali.

Kata kunci: Lokapasar, Pengemasan Ulang, Perlindungan Konsumen.



ABSTRACT

ANUGRAH MUNANDAR (B011191261) with the title “**Consumer Protection For Repackaged Snacks At Marketplace**”. Under guided by **Nurfaidah Said and Aulia Rifai**.

This research aims to delineate the responsibilities of business operators towards consumers who experience losses due to repackaged snacks sold on the Shopee Marketplace reviewed based on Consumer Protection Law, and Food Law. Additionally, it aims to outline the actions taken by Shopee against online store accounts that violate the applicable regulations.

The conducted research is of an empirical nature. Primary data were obtained through interviews and questionnaires, while secondary data were sourced from theses, journals, and news articles related to the research title. All data collected in this research were analyzed using qualitative analysis techniques. Subsequently, the analyzed data were presented descriptively.

The research findings indicate that (1) Business operators' responsibility towards affected consumers includes replacing the goods and/or refunding the funds/money. (2) Actions taken by Shopee against business operators who violate the rules involve restricting the offending store, blocking the account/store engaged in violations, and removing products to prevent them from being resold.

Keywords : Consumer Protection, Marketplace, Repackaged



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
PERSETUJUAN MENEMPUH UJIAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Keaslian Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Tinjauan Umum Mengenai Perlindungan Konsumen	14
1. Konsumen.....	16
2. Pelaku Usaha.....	21
B. Tinjauan Umum Mengenai Lokapasar (<i>Marketplace</i>)	30
1. Pengertian Lokapasar	30
2. Jenis-Jenis Lokapasar di Indonesia.....	31
C. Produk dan Pengemasan Ulang (<i>Repacking</i>)	35
1. Pengertian Produk	35
2. Pengertian Pengemasan Ulang (<i>Repacking</i>).....	36
. Pengaturan Mengenai Kemasan Pangan Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan	36



BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Tipe Penelitian	39
B. Lokasi Penelitian	39
C. Populasi dan Sampel	40
D. Jenis dan Sumber Data.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
F. Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	44
A. Tanggung Jawab Pemilik Toko <i>Online</i> Terhadap Konsumen yang Mengalami Kerugian Akibat Makanan Ringan Kemasan Ulang yang Diperjualbelikan di Lokapasas.....	44
B. Tindakan Pihak Shopee Terhadap Akun Toko <i>Online</i> yang Melakukan Penjualan Makanan Ringan Kemasan Ulang Tanpa Mencantumkan Informasi yang Sesuai dengan Ketentuan Perundang-Undangan.....	64
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Alasan konsumen membeli makanan ringan kemasan ulang di <i>marketplace</i> Shopee.....	48
Tabel 2. Alasan konsumen merasa dirugikan atas pembelian makanan ringan kemasan ulang di <i>marketplace</i> Shopee.....	50
Tabel 3. Bentuk tanggung jawab pemilik toko <i>online</i> terhadap kerugian yang didapatkan konsumen.....	54
Tabel 4. Tabel poin penalti bagi penjual yang melanggar ketentuan Shopee.....	68
Tabel 5. Jumlah konsumen yang mengalami kerugian melakukan pelaporan ke pihak Shopee.....	73



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia terdiri atas pangan, sandang, dan papan yang setiap harinya harus terpenuhi, yang mana dalam pemenuhan kebutuhan tersebut tidak pernah terlepas dari campur tangan manusia lain. Pangan merupakan kebutuhan pokok yang paling utama bagi manusia diantara ketiga kebutuhan pokok tersebut. Adapun jenis pangan yang sering dikonsumsi merupakan makanan ringan. Produk makanan ringan adalah makanan yang dibuat melalui proses dari bahan baku tepung dan/ atau pati untuk pangan dengan penambahan bahan makanan lain yang diizinkan dengan atau tanpa melalui proses penggorengan.¹

Kategori yang mencakup makanan ringan ialah berupa kue, biskuit, dan kerupuk baik yang manis maupun yang asin. Mengingat perkembangan jenisnya yang beragam, makanan ringan digemari oleh semua kalangan, baik dari anak-anak maupun orang dewasa. Dengan banyaknya peminat, semakin banyak pula pelaku usaha yang memulai usahanya dengan memperdagangkan makanan ringan yang dapat dilakukan di toko, warung, ataupun swalayan, serta dengan dukungan teknologi yang telah mengalami perubahan khususnya dalam transaksi jual beli para pelaku usaha juga kerap memperdagangkan makanan

di lokapasar.

angka 3 Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 39 Tahun 2022 tentang Industri Hijau Untuk Industri Produk Makanan Ringan.



Aktivitas jual-beli di lokapasar Shopee sedang digemari oleh masyarakat, karena mendapatkan banyak keuntungan seperti penjual dapat mengekspor produknya ke luar negeri, tidak ada biaya untuk pembukaan toko di Shopee, dan lebih mudah untuk mendapatkan pembeli.² Sebagai penyedia *platform*, Shopee akan memberikan wadah bagi penjual untuk memasarkan produknya dengan mematuhi syarat dan ketentuan yang telah dibuat oleh Shopee.

Komunitas Konsumen Indonesia (KKI) telah menelusuri dan mengakui bahwa terdapat banyak konsumen yang mengeluhkan adanya penjualan makanan ringan kemasan ulang *illegal*. Konsumen mengeluhkan bahwa makanan ringan yang dikemas ulang memiliki rasa yang berbeda dengan produk asli dari merek yang dicantumkan, selain itu konsumen menyatakan bahwa produk tersebut memiliki bau yang tidak sedap seperti layaknya produk yang telah kadaluwarsa. KKI melakukan penelusuran mengenai produk makanan ringan yang dikemas ulang sejak tanggal 5 November 2019 sampai dengan tanggal 1 April 2020 pada berbagai situs *online* di Indonesia. Ditemukan penjualan produk makanan ringan yang dikemas ulang, adapun prosedur yang digunakan dalam melakukan pengemasan ulang (*repacking*) ialah produk dikeluarkan dari kemasan asli lalu dikemas kembali menggunakan plastik bening.³ Pada



² “Berjualan di Shopee| Pusat Edukasi Penjual Shopee Indonesia”, URL : seller.shopee.co.id/edu/article/12904), Diakses pada 15 September 2023.
³ Heriani, “Duh, Ratusan Produk Repacking Online Ditemukan Tak Penuhi Standar”, URL: (<https://www.hukumonline.com/berita/a/i-duh-i--ratusan-produk-repacking-ditemukan-tak-penuhi-standar-lt5e9e8526f27d2/?page=3>), diakses pada tanggal 15 September 2022.

kemasan produk makanan ringan tersebut pelaku usaha tidak mencantumkan informasi mengenai produk maupun mengenai proses pengemasan ulang yang diterapkan terhadap produk. Hal ini dapat menimbulkan risiko bagi konsumen, misalnya produk telah kadaluwarsa atau produk telah terkontaminasi cemaran pada saat dilakukannya proses pengemasan ulang. Selain itu, hal tersebut juga melanggar ketentuan dalam Pasal 8 ayat (1) huruf a, g, dan i Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut dengan UUPK karena tidak memuat tanggal kadaluwarsa, tanggal pembuatan, berat bersih produk, komposisi, dan alamat pelaku usaha.

Pelaku usaha yang melakukan penjualan makanan ringan yang telah dikemas ulang di lokapasar, khususnya Shopee menyampaikan bahwa dengan melakukan pengemasan ulang terhadap suatu produk, pelaku usaha tidak perlu lagi untuk memproduksi sebuah produk, dan penentuan harga yang ditawarkan kepada konsumen ditentukan oleh pelaku usaha sesuai dengan ukuran dan berat produk. Terkait dengan keterangan-keterangan yang dicantumkan dalam label kemasan, pelaku usaha menyatakan bahwa tidak perlu mencantumkan keterangan secara rinci ke dalam label kemasan, seperti nama barang, berat bersih, dan tanggal kadaluwarsa dalam label kemasan yang digunakan.⁴

Upaya pengamanan pangan di Indonesia juga telah mendapatkan

dukungan dari pemerintah, keamanan pangan diselenggarakan untuk

sebagai dasar penelitian dengan pemilik toko *online* Camilanahay pada tanggal 21
Maret 2022.



menjaga pangan tetap aman, higienis, bermutu, bergizi, dan tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat.⁵ Hal ini tercantum dalam Pasal 86 ayat (2) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan yang selanjutnya disebut dengan Undang-Undang Pangan memuat ketentuan bahwa setiap orang yang memproduksi dan memperdagangkan pangan wajib memenuhi standar keamanan pangan dan mutu pangan. Adapun aturan terkait larangan untuk melakukan pengemasan ulang termuat dalam Pasal 84 ayat (1) Undang-Undang Pangan yang menyebutkan bahwa setiap orang dilarang membuka kemasan akhir pangan untuk dikemas kembali dan diperdagangkan.

Melindungi konsumen dari peredaran makanan yang tidak aman merupakan suatu jaminan yang harus didapatkan oleh konsumen. Berbagai upaya penyelenggaraan keamanan pangan telah dilakukan, diantaranya melalui penyelenggaraan pengawasan makanan dan minuman baik yang diproduksi di dalam negeri maupun produk impor. Namun masih ditemukan adanya peredaran makanan ringan yang telah melalui proses pengemasan ulang di masyarakat yang tidak memenuhi kriteria aman dikonsumsi, yakni bebas dari benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai perlindungan terhadap konsumen yang melakukan pembelian



ayat (1) Undang-Undang 18 Tahun 2012 tentang Pangan.

makanan ringan yang telah melalui proses pengemasan ulang di lokapasar Shopee.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis paparkan, maka ditarik beberapa permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana tanggung jawab pemilik toko *online* terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat makanan ringan kemasan ulang yang diperjualbelikan di lokapasar?
2. Bagaimana tindakan pihak Shopee terhadap akun toko *online* yang melakukan penjualan makanan ringan kemasan ulang tanpa mencantumkan informasi yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis tanggung jawab pemilik toko *online* terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat makanan ringan kemasan ulang yang diperjualbelikan di lokapasar.
2. Untuk menganalisis tindakan pihak Shopee terhadap akun toko *online* yang melakukan penjualan makanan ringan kemasan ulang tanpa



cantumkan informasi yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritik

Secara teoritik, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman terhadap pelaku usaha dalam memasarkan makanan ringan kemasan ulang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta memberi pemahaman terhadap pelaku usaha mengenai sanksi yang diperoleh bila melanggar perjanjian *seller* Shopee.

2. Secara Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi maupun diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan pandangan pengetahuan untuk masyarakat, utamanya konsumen terkait produk makanan ringan yang telah melalui proses pengemasan ulang yang kemudian dijual dengan bebas di lokapasar Shopee.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian terdahulu sangatlah penting untuk dibahas, karena sebelum melakukan penelitian ini diperlukan adanya pembuktian bahwa permasalahan yang peneliti angkat memiliki perbedaan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:



Nama Penulis	Kharisma Eka Fitriana	
Judul Tulisan	Jual Beli Produk Minuman <i>Repacking</i> Ditinjau dari Undang-undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan Dan Etika Bisnis Islam (Study Kasus Kedai Teh Mbah Djie Desa Kutoanyar Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung).	
Kategori	Skripsi	
Tahun	2019	
Perguruan Tinggi	Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, Tulungagung	
Uraian Penelitian Terdahulu		
Isu dan Permasalahan	<p>Penelitian ini dilatarbelakangi oleh minimnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat terhadap perlindungan hukum yang tidak sepadan dengan pertumbuhan ekonomi dan teknologi yang semakin canggih. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui proses jual beli produk minuman <i>repacking</i> ditinjau dari Undang-</p>	<p>Penelitian ini dilatarbelakangi dari penemuan Komunitas Konsumen Indonesia yang mengakui bahwa terdapat banyak konsumen yang mengeluhkan adanya penjualan makanan ringan kemasan ulang <i>illegal</i>. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggung jawab pemilik toko <i>online</i> terhadap konsumen</p>



	Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan dan etika bisnis Islam di Kedai Teh Mbah Djie di Desa Kutoanyar, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung.	yang mengalami kerugian akibat makanan ringan kemasan ulang yang diperjualbelikan di lokapasar, serta bagaimana tindakan pihak Shopee terhadap akun toko <i>online</i> yang melakukan penjualan makanan ringan kemasan ulang tanpa mencantumkan informasi yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.
Metode Penelitian	Metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan tipe penelitian yuridis normatif	Kualitatif deskriptif dengan tipe penelitian empiris
Hasil dan Pembahasan	Berdasarkan Pasal 96 Undang-Undang Pangan, Kedai Teh Mbah Djie telah membuat pangan dengan bahan yang aman untuk dikonsumsi dan bisa dinikmati oleh semua kalangan. Namun, Pasal 97 (3) Undang-Undang Pangan belum secara menyeluruh	Hasil penelitian menunjukkan tanggung jawab yang diberikan oleh pelaku usaha terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat makanan ringan kemasan ulang yang diperjualbelikan di lokapasar Shopee berupa penggantian



	<p>diterapkan pada produk Kedai Teh Mbah Djie, seperti belum dicantumkan tanggal dan bulan produksi, tanggal dan bulan kadaluwarsa, dan juga apa saja bahan yang digunakan. Dalam praktik jual beli yang diterapkan di Kedai Teh Mbah Djie pemilik kedai belum menerapkan Pasal 101 Undang-Undang Pangan, mengenai pencantuman komposisi dan jaminan mutu dari produk Teh Tubruk Mbah Djie tersebut sehingga banyak dari konsumen yang ragu untuk membeli. Selain itu terdapat 5 prinsip utama yang diterapkan dalam etika bisnis Islam, yakni kesatuan, keseimbangan, kebebasan berkehendak, tanggung jawab, dan kebenaran. Namun, dalam prinsip kebenaran belum sepenuhnya diterapkan.</p>	<p>barang dan pengembalian dana/uang, dengan syarat konsumen dapat membuktikan bahwa kesalahan berasal dari pihak pelaku usaha, padahal berdasarkan Pasal 28 UUPK, pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha. Tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang memperdagangkan makanan ringan yang dikemas ulang juga bertentangan dengan Pasal 84 ayat (1) UU Pangan. Adapun tindakan yang dilakukan oleh pihak Shopee adalah dengan melakukan pembatasan terhadap toko yang melakukan pelanggaran, pemblokiran akun/toko</p>
--	--	--



		yang melakukan pelanggaran, dan penghapusan produk sehingga produk tidak dapat diperjualbelikan kembali.
--	--	--

Nama Penulis	Nabila	
Judul Tulisan	Perlindungan Konsumen Terhadap Produk <i>Repacking</i> Dalam Transaksi <i>E-Commerce</i> Pada Akun Shopee Primera Shop Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Hukum Ekonomi Syariah	
Kategori	Skripsi	
Tahun	2021	
Perguruan Tinggi	Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang	
Uraian Penelitian Terdahulu		
	Uraian Penelitian Terdahulu	Penelitian Saat Ini
Isu dan Permasalahan	Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya minat pembelian makanan <i>online</i> karena ditemukan dengan mudah serta harga terjangkau. Tujuan dari penelitian ini adalah	Penelitian ini dilatarbelakangi dari penemuan Komunitas Konsumen Indonesia yang mengakui bahwa terdapat banyak konsumen yang mengeluhkan adanya penjualan



	<p>untuk menganalisis perlindungan konsumen dalam transaksi <i>E-commerce</i> menurut hukum ekonomi syariah, serta bagaimana efektivitas hukum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 atas produk makanan <i>repacking</i> terhadap pelaku usaha pada Akun Shopee Primera Shop.</p>	<p>makanan ringan kemasan ulang <i>illegal</i>. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggung jawab pemilik toko <i>online</i> terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat makanan ringan kemasan ulang yang diperjualbelikan di lokapasar, serta bagaimana tindakan pihak Shopee terhadap akun toko <i>online</i> yang melakukan penjualan makanan ringan kemasan ulang tanpa mencantumkan informasi yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.</p>
Metode Penelitian	<p>Penelitian Empiris yang menggunakan pendekatan sosiologis yuridis dan pendekatan</p>	<p>Kualitatif deskriptif dengan tipe penelitian empiris</p>



	Undang-Undang.	
Hasil dan Pembahasan	Jual beli <i>online</i> diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip yang ada di dalam perdagangan Islam. Transaksi yang dilakukan di <i>marketplace</i> dapat disamakan dengan prinsip transaksi bai' as salam. Hukum ekonomi syariah dapat dikaitkan dengan bai' as salam, dimana perlindungan yang didapatkan oleh konsumen yaitu terpenuhinya hak-hak konsumen secara Islam. Adapun efektivitas hukum dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen atas produk <i>repacking</i> terhadap pelaku usaha akun Shopee Primera Shop mengenai hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha diatur	Hasil penelitian menunjukkan tanggung jawab yang diberikan oleh pelaku usaha terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat makanan ringan kemasan ulang yang diperjualbelikan di lokapasar Shopee berupa penggantian barang dan pengembalian dana/uang, dengan syarat konsumen dapat membuktikan bahwa kesalahan berasal dari pihak pelaku usaha, padahal berdasarkan Pasal 28 UUPK, pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan beban dan tanggung jawab



	<p>dalam Pasal 4 dan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Namun, masih ditemukan banyaknya konsumen dan pelaku usaha yang belum mengetahui apa saja hak dan kewajiban yang dimilikinya.</p>	<p>pelaku usaha. Tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang memperdagangkan makanan ringan yang dikemas ulang juga bertentangan dengan Pasal 84 ayat (1) UU Pangan. Adapun tindakan yang dilakukan oleh pihak Shopee adalah dengan melakukan pembatasan terhadap toko yang melakukan pelanggaran, pemblokiran akun/toko yang melakukan pelanggaran, dan penghapusan produk sehingga produk tidak dapat diperjualbelikan kembali.</p>
--	---	--



erdasarkan uraian tersebut, penulis menyatakan bahwa penelitian ah dilakukan adalah benar hasil karya penulis. Hasil penelitian *original* dan keasliannya dapat penulis pertanggungjawabkan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Mengenai Perlindungan Konsumen

Pasal 1 angka 1 UUPK menyebutkan bahwa perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen ini mengatur segala usaha yang memberikan jaminan bahwa terdapat kepastian pemenuhan hak-hak konsumen sebagai wujud perlindungan terhadap kepentingan konsumen.⁶ Penekanan pada pernyataan “segala upaya hukum menjamin adanya kepastian hukum” diharapkan menjadi tameng untuk melawan tindakan yang sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi kepentingan perlindungan konsumen.⁷ Meningkatkan harkat dan martabat konsumen, menyampaikan informasi mengenai barang dan/atau jasa sehingga lebih mudah untuk diakses oleh konsumen, serta mendorong perilaku pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab merupakan beberapa cara agar kepastian hukum dapat melindungi konsumen.⁸

Adapun pencapaian yang ingin diwujudkan dalam perlindungan konsumen yaitu menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam



idabalok, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Pustaka, hlm. 46-47.

Miru dan Sutarman Yodo, 2019, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Pustaka Pers, hlm. 7.

Putri, 2008, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Pinar Grafika, hlm. 8.

memenuhi kebutuhan hidup. Lingkup perlindungan konsumen dapat dibedakan dalam dua aspek, yakni:⁹

1. Perlindungan terhadap kemungkinan adanya barang yang tidak sesuai dengan apa yang disepakati yang diserahkan kepada konsumen.
2. Perlindungan konsumen terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Kepastian hukum mencakup semua usaha yang didasarkan pada undang-undang yang bertujuan untuk memberikan konsumen kemampuan untuk memilih atau mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan kebutuhannya, serta melindungi hak-hak konsumen apabila merasa dirugikan oleh tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Pemberdayaan konsumen memerlukan peningkatan kesadaran diri, kemandirian, dan kapasitas konsumen untuk membela diri agar mampu untuk mengangkat harga diri dan martabat mereka dengan menghindari berbagai cara yang membahayakan saat pemakaian, penggunaan, dan pemanfaatan suatu barang dan/atau jasa. Selain itu, jika dikemudian hari konsumen mengalami kerugian baik harta bendanya, penggunaan, pemanfaatan, bahkan kesehatan dan keselamatan tubuhnya, maka dengan pemberdayaan konsumen dapat memberikan kemudahan dalam prosedur penyelesaian sengketa konsumen.



2017, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Prenadamedia Group, hlm. 22

1. Konsumen

a. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari Bahasa Belanda, yakni “*Konsumēt*” yang berarti pemakai terakhir dari benda dan jasa yang diserahkan kepada mereka oleh penguasa. Pengertian konsumen dalam hukum Amerika yaitu korban produk yang cacat yang bukan hanya meliputi pembeli, tetapi juga korban yang bukan pembeli, namun pemakai bahkan korban yang bukan pemakai juga turut memperoleh perlindungan yang sama dengan pemakai.¹⁰ Sedangkan pengertian konsumen berdasarkan hukum Eropa yaitu *Directive* yang berarti pribadi yang menderita kerugian (jiwa, kesehatan, maupun benda) akibat produk yang cacat untuk keperluan pribadinya.¹¹

Di dalam Rancangan Akademik Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang diajukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, mengartikan konsumen sebagai pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, bagi kepentingan diri sendiri atau keluarganya atau orang lain yang tidak untuk diperdagangkan kembali,¹² sedangkan menurut Philip Kotler dalam buku *Principles of Marketing*, konsumen adalah



Miru dan Sutarman Yodo, *Op.cit.*, hlm.7.
Dor Yulianti dan Megawati Simanjuntak, 2022, *Pendidikan dan Perlindungan*
1, Bogor: PT. IPB Press, hlm. 24.
Miru, 2011, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*,
Graha Grafindo Persada, hlm. 20.

semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh jasa untuk dikonsumsi pribadi.¹³

Pengertian konsumen meliputi 3 (tiga) pengertian untuk mencegah kesalahpahaman akibat penggunaan frasa konsumen yang mengaburkan maksud yang sebenarnya, antara lain: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 untuk membuat barang dan/atau jasa lain atau untuk diperdagangkan kembali;
- c. Konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidup pribadi, keluarga dan/atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

Hubungan hukum perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha timbul dengan alasan utama, yaitu adanya kebutuhan atas barang dan/atau jasa dengan tujuan bahwa konsumen dapat menikmati penggunaan, pemanfaatan, dan pemakaian yang layak dari suatu barang dan/atau jasa.¹⁵



¹³ Gina Anriliya, 2022, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Pembelian Makanan Secara Online*, Jurnal Mitra Manajemen, Volume 6 Nomor 5, hlm. 297.

Panjaitan, 2021, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Jala Permata m. 75.

an Widjaja dan ahmad Yani, 2000, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Graha Media Pustaka Utama, hlm. 25.

b. Hak dan Kewajiban Konsumen

Perlindungan konsumen sangat erat hubungannya dengan perlindungan hukum. Pengaturan perlindungan itu bukan hanya sebatas fisik saja, namun juga hak-haknya yang bersifat abstrak. Perlindungan hukum mengenai hak-hak konsumen selaras dengan perlindungan konsumen. John F. Kennedy mengemukakan hak-hak konsumen yang harus dilindungi dan dihormati, yaitu hak atas keamanan dan keselamatan, hak atas informasi, hak untuk memilih, dan hak untuk didengar.¹⁶ Hak konsumen diatur dalam Pasal 4 UUPK, antara lain:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;



¹⁶Prati, 2018, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: Media Group, hlm. 60.

- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Secara umum dikategorikan menjadi 3 (tiga) hak yang mendasar bagi konsumen dan dapat berfungsi sebagai landasan perlindungan konsumen di Indonesia, antara lain:¹⁷

1. Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan;
2. Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga yang wajar; dan
3. Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

Jika dalam penggunaan barang dan/atau jasa terdapat penyimpangan dan mengakibatkan kerugian terhadap konsumen, maka konsumen berhak untuk didengarkan pendapatnya, juga mendapatkan perlindungan hukum,



Miru dan Sutarman Yodo, *Op. Cit.*, hlm. 47.

pembinaan, dan perlakuan yang sama serta memperoleh ganti rugi.¹⁸ Kewajiban konsumen diatur dalam Pasal 5 UUPK, yakni:

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

Ketika hak dan kewajiban konsumen telah diatur dalam UUPK, maka konsumen akan mendapatkan perlindungan serta kepastian hukum. Konsumen berhak mendapatkan semua hak-haknya sebagai konsumen serta wajib melaksanakan kewajiban-kewajiban yang telah diatur oleh UUPK.¹⁹ Namun, seringkali konsumen menjadi objek bisnis oleh pelaku usaha yang merugikan konsumen. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya pendidikan konsumen dan rendahnya kesadaran terkait hak dan kewajiban yang dimiliki oleh konsumen.²⁰ Oleh karena itu, sangat penting untuk membuat ketentuan bahwa konsumen wajib

¹⁸ Abdul Halim Barkatullah, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran)*, Jakarta: Nusa Media, hlm. 24.

¹⁹ Di Putra, I Made Djiwa, dan Ida Ayu Sukihana, 2018, *Kedudukan Penyedia Aplikasi tidaksesuaian Barang yang Diterima Oleh Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan*, Jurnal Ilmu Hukum, Volume 1 Nomor 10, Kertha Semaya, hlm. 5.

Vandawati Chumaida dan Bambang Sugeng Ariadi, 2021, *Penegakan Hak Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Guna Meningkatkan Puasan Konsumen*, Surabaya: Jakad Media Publishing, hlm. 3.



membaca dan mengikuti pedoman serta prosedur penggunaan barang dan/atau jasa yang berguna untuk keamanan dan keselamatan sehingga merupakan hal yang utama dalam mendapat pengaturan.²¹

2. Pelaku Usaha

a. Pengertian Pelaku Usaha

Pada Pasal 1 angka 3 UUPK dijabarkan bahwa:

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

Adapun pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian tersebut adalah perusahaan, pedagang, korporasi, koperasi, BUMN, distributor, importir, dan lain-lain.²² Penjelasan pelaku usaha dalam UUPK memiliki persamaan dengan penjelasan pelaku usaha pada masyarakat Eropa khususnya di negara Belanda, yaitu yang bisa disyaratkan sebagai produsen, antara lain:²³

- 1) Pembuat produk jadi (*finish product*);
- 2) Penghasil bahan baku;
- 3) Pembuat suku cadang;



Miru dan Sutarman Yodo, *Op.cit*, hlm. 48.
Adi Usman, 2000, *Hukum Dalam Dinamika*, Jakarta: Djembatan, hlm. 201-202.
Miru dan Sutarman Yodo, *Op.cit*, hlm.8.

- 4) Setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai produsen, dengan jalan mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu, atau tanda lain yang membedakan dengan produk asli pada produk tertentu;
- 5) Importir suatu produk dengan maksud untuk dijual belikan, disewakan, disewagunakan (*leasing*), atau bentuk distribusi lain dalam transaksi perdagangan;
- 6) Pemasok (*supplier*), dalam hal identitas dari produsen atau importir tidak ditentukan.

b. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Guna menciptakan kenyamanan berusaha bagi pelaku usaha dan keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, pelaku usaha diberikan hak, yaitu:²⁴

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;



Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Mendapatkan perlindungan hukum, penyelesaian sengketa konsumen, dan ganti kerugian tidak hanya dimiliki oleh konsumen. Para pelaku usaha juga berhak mendapatkan hak tersebut, dimana kedudukannya adalah sama antara hak konsumen dan hak pelaku usaha. Pelaku usaha juga tidak menutup kemungkinan akan memilih menjalankan bisnis yang melanggar aturan, yang mana pelaku usaha lebih mengutamakan keuntungan tanpa menghiraukan dampak buruk yang akan didapatkan konsumen.²⁵ Selain mendapatkan hak, para pelaku usaha juga tidak terlepas dari kewajiban-kewajiban yang pula telah diatur dalam UUPK, yaitu:²⁶

- 1) Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;



10 J. Setiadi, 2010, *Perilaku Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- 5) 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;
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 7) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Tanggung jawab hukum berasal dari kata tanggung jawab yang berasal dari terjemahan kata *verantwoordelijkheid* dan kata hukum yang berasal dari kata *recht* dalam bahasa Belanda. *Verantwoordelijkheid* berarti kewajiban untuk menanggung pertanggungjawaban dan kerugian yang dialami, dalam hal ini jika korban menuntut ganti rugi baik dalam bentuk administrasi maupun dalam bentuk pertanggungjawaban hukum. Tanggung jawab hukum diartikan sebagai bentuk tanggung jawab yang diberikan kepada pelaku atau subjek hukum yang melakukan tindak pidana atau perbuatan melanggar hukum, sehingga pelaku dapat dituntut untuk menjalankan hukuman pidana atau membayar ganti rugi.²⁷

Berdasarkan uraian di atas kewajiban para pihak adalah etikad baik, memberikan informasi benar, jelas, dan jujur

an Erlies Septiana Nurbani, 2022, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat sia*, Jakarta: Sinar Grafika, hlm. 51.



mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang akan diperjualbelikan. Selain itu, pelaku usaha juga harus memperlakukan semua konsumen dengan sikap sama, yakni tidak membeda-bedakan derajat, kedudukan, ras, dan golongan mana konsumen itu.

c. Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Disamping dibebani dengan diberikannya kewajiban dalam melakukan usahanya, pelaku usaha juga dibatasi dengan berbagai larangan-larangan. Adapun perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha diatur dalam Bab IV UUPK, yang dimulai dari Pasal 8 sampai dengan Pasal 17.

Pasal 8 ayat (1) UUPK menjabarkan perbuatan yang dilarang untuk dilakukan oleh pelaku usaha, dimana 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, etiket, 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 yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan 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.



Penjelasan Pasal 8 UUPK berfokus pada dua aspek, yaitu larangan memproduksi barang dan/atau jasa dan larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang dimaksud. Larangan ini bertujuan untuk memastikan agar barang dan/atau jasa yang beredar memenuhi standar kualitas dan keamanan, antara lain asal-usul, kualitas sesuai dengan informasi pengusaha baik label, etiket, dan lain-lain.²⁸

d. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Apabila pelaku usaha dalam menjalankan usahanya melanggar larangan-larangan dan/atau menimbulkan kerugian terhadap konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, maka pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi ke konsumen. Mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen jika kemudian konsumen mengalami kerugian diatur dalam Bab VI UUPK, yang dimulai dari Pasal 19 sampai dengan Pasal 28, antara lain:

- a. Pasal 19 ayat (1) menyatakan pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- b. Pasal 20 menyatakan pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.



Miru dan Sutarman Yodo, *Op.cit*, hlm. 55.

- c. Pasal 21 ayat (1) menyatakan importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri, sedangkan ayat (2) menyatakan importir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.
- d. Pasal 24 ayat (1) menyatakan pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila:
- 1) Pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/atau jasa tersebut;
 - 2) Pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.
- e. Pasal 26 menyatakan pelaku usaha bertanggung jawab sepenuhnya atas jaminan dan/atau garansi yang diberikan, serta penyediaan suku cadang ataupun perbaikan.

Pasal 27 UUPK secara jelas menyebutkan bahwa pelaku usaha yang memproduksi barang, dibebaskan dari tanggung jawab



yang diderita oleh konsumen apabila tidak memenuhi unsur sebagai berikut:

- a. Barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan;
- b. Cacat barang timbul pada kemudian hari;
- c. Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang;
- d. Kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen;
- e. Lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.

Pada dasarnya, terdapat 2 (dua) instrumen hukum yang menjadi landasan kebijakan perlindungan konsumen di Indonesia, yang pertama ialah Undang-Undang Dasar 1945 sebagai sumber dari segala sumber hukum di Indonesia yang berarti bahwa tujuan pembangunan nasional yaitu untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Pembangunan nasional diwujudkan melalui sistem pembangunan ekonomi demokratis agar mampu mengembangkan dunia yang memproduksi barang dan/atau jasa yang layak dikonsumsi oleh masyarakat. Kedua, dengan adanya UUPK yang menjadi harapan baru bagi konsumen untuk memperoleh perlindungan jika terjadi kerugian atas transaksi suatu barang dan/atau jasa. Dengan adanya kebijakan tersebut, diharapkan perlindungan atas hak-hak konsumen dapat terlindungi dengan baik.²⁹



Atsar, Rani Apriani, 2019, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, a: Deepublish, hlm. 22-23.

B. Tinjauan Umum Mengenai Lokapasar (*Marketplace*)

1. Pengertian Lokapasar

Lokapasar atau *Marketplace* merupakan aktivitas pembelian, penjualan, pemasaran, dan pelayanan atas produk dan jasa yang ditawarkan melalui jaringan komputer. Dunia industri teknologi informasi melihatnya sebagai sebuah aplikasi bisnis secara elektronik yang mengacu pada transaksi-transaksi komersial.³⁰ Lokapasar dapat juga diartikan suatu aktivitas perdagangan seperti layaknya kegiatan perdagangan pada umumnya atau biasa disebut dengan pasar tradisional, hanya saja para pihak yang bertransaksi tidak bertemu secara langsung, akan tetapi secara elektronik melalui media internet.³¹ Kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan lokapasar merupakan salah satu alasan lokapasar dijadikan sebagai wadah transaksi jual-beli sekarang ini. Di Indonesia sudah dikenal beberapa lokapasar, misalnya Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Shopee, dan lain-lain.

Adapun karakteristik lokapasar yaitu, terjadi transaksi antara dua pihak, terjadi pertukaran produk baik barang maupun jasa, serta terdapat media atau perantara internet pada proses transaksi tersebut. Karakteristik lokapasar yang telah disebutkan dapat dibuat suatu kesimpulan bahwa pada dasarnya lokapasar merupakan suatu transaksi jual beli produk baik itu barang ataupun jasa melalui media



Dewi, *et. al.*, 2005, *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*, cet. 2, Jakarta: hlm. 195.
196.

internet. Penggunaan media internet mengakibatkan transaksi lokapasar dapat berlangsung dimana saja dan kapan saja, selama koneksi internet tidak terputus dan tanpa mengenal batas waktu dan ruang.

2. Jenis-Jenis Lokapasar di Indonesia

Pada umumnya terdapat beberapa jenis marketplace di Indonesia, yaitu:³²

a. Lokapasar (*Marketplace*) Murni

Lokapasar murni adalah ketika situs lokapasar hanya menyediakan tempat untuk melakukan penjualan dan fasilitas pembayaran, dimana pelaku usaha memiliki kewajiban untuk mencantumkan foto, deskripsi, dan harga untuk produk yang diperdagangkan. Selanjutnya konsumen dapat mengajukan penawaran harga kepada pelaku usaha, kemudian setelah kedua pihak dengan harga yang disepakati maka konsumen dapat melakukan pembayaran ke rekening yang telah disediakan oleh lokapasar. Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Blibli, dan Lazada merupakan jenis *marketplace* murni yang ada di Indonesia.

b. Lokapasar (*Marketplace*) Konsinyasi

Lokapasar konsinyasi atau biasa disebut dengan istilah titip barang, dimana pelaku usaha yang menjalin kerjasama



1. Haikal, *Istilah Marketplace, E-commerce, dan Jualan Online*, URL: www.lenerp.com/news/mynews/istilah-marketplce-ecommerce-dan-1e), diakses pada tanggal 5 Februari 2023.

dengan lokapasar jenis ini hanya perlu menyediakan produk dan detail informasi yang mana selanjutnya akan diserahkan kepada pihak lokapasar. Kemudian pihak lokapasar yang akan mengatur semua penjualan, mulai dari foto produk, gudang, pengiriman barang, hingga fasilitas untuk melakukan pembayaran. Pada jenis lokapasar ini, para konsumen tidak dapat mengajukan penawaran harga dikarenakan semua proses transaksi telah diatur oleh pihak lokapasar. Contoh dari lokapasar jenis ini adalah Zalora.

c. Lokapasar (*Marketplace*) Horizontal

Lokapasar jenis ini merupakan lokapasar yang memperjualbelikan berbagai macam produk dan memiliki kategori yang juga sangat beragam. Termasuk dalam jenis lokapasar ini ialah Tokopedia dan Bukalapak. Dimana dari kedua *website* tersebut dapat ditemukan berbagai produk, misalnya makanan, pakaian, alat elektronik, hingga perlengkapan rumah tangga, dan lain-lain. Jenis lokapasar ini biasanya melabeli dirinya sebagai toko serba ada dengan mengandalkan kenyamanan sebagai aspek yang menjadi pembeda dengan kompetitor yang sejenisnya (*selling point*).

d. Lokapasar (*Marketplace*) Vertikal

Berbeda dengan jenis lokapasar horizontal, jenis lokapasar vertikal memiliki konsep spesialisasi tersendiri. Lokapasar yang dapat dikategorikan dalam jenis lokapasar



vertikal ialah lokapasar yang hanya menjual produk dari satu kategori yang sama. Contoh dari sebuah lokapasar yang hanya menjual satu jenis produk adalah Sociolla yang memiliki fokus pada produk-produk kosmetik dan perawatan tubuh.

Dengan memasarkan produk di lokapasar vertikal, pelaku usaha dapat menunjukkan produknya dengan lebih baik. Hal ini dikarenakan ketika konsumen mengunjungi *website* lokapasar vertikal, para konsumen sudah pasti mencari barang yang sebelumnya telah diinginkan oleh konsumen. Selain itu, pelaku usaha juga dapat lebih fokus untuk mendeskripsikan apa yang menjadikan produknya lebih unggul jika dibandingkan dengan pelaku usaha lain.

Penelitian ini berfokus pada jenis lokapasar murni, yakni lokapasar Shopee, dimana Shopee adalah situs elektronik komersial yang kantor pusatnya berkedudukan di Singapura di bawah naungan SEA Group sebelumnya dikenal dengan nama Garena yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Pada tahun 2015 Shopee yang didirikan oleh Chris Feng pertama kali diluncurkan di Singapura. Sejak itu Shopee memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, Filipina, dan memasuki pasar Indonesia pada akhir 2015 yang berkedudukan di Wisma 77 Tower 2, jalan Letjen. S. Parman, Palmerah, DKI Jakarta, 11410, Indonesia.³³ Shopee berhasil melakukan promosi dalam waktu yang relatif singkat sehingga

menarik konsumen tertarik melakukan transaksi jual beli melalui Shopee. Selain

URL: (<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>), diakses pada tanggal 25/02/23.



itu, Shopee pertama kali dikenal dikarenakan menawarkan fitur dengan pengiriman gratis ongkir bagi penggunanya, inilah yang menjadikan konsumen beralih ke Shopee.

Data *App Annie* sebagai platform analitis aplikasi pada tahun 2022 mencatat Shopee sebagai lokapasar nomor 1 di Indonesia dengan jumlah total unduhan terbanyak di *Google Play* maupun *Apple Store*. Hal yang sama ditunjukkan pula oleh *SimilarWeb* yang menyatakan bahwa Shopee merupakan lokapasar dengan jumlah pengunjung tertinggi, yakni pada angka 241,6 juta pengunjung per bulannya pada kuartal IV tahun 2023. Data ini juga diperkuat dengan perusahaan riset *Ipsos* yang dirilis pada tahun 2022, *Ipsos* menyatakan bahwa terdapat empat indikator yang menjadi penilaian yakni merek yang paling sering digunakan, *Top of mind*, jumlah transaksi, dan yang terakhir adalah nilai transaksi. Dari keempat indikator tersebut, Shopee menempati urutan pertama jika dibandingkan dengan data yang diperoleh lokapasar lain. Dimulai dengan indikator merek yang paling sering digunakan dan indikator *top of mind*, keduanya berada pada angka 54%, sementara dalam indikator jumlah transaksi berada pada angka 41% dalam tiga bulan transaksi, dan pada indikator nilai transaksi Shopee kembali menduduki urutan pertama yakni pada angka 40%. Berdasarkan dari data tersebut, Shopee merupakan lokapasar yang paling digemari masyarakat dengan penawaran penjualan *online* yang konsisten dan memberikan kemudahan dalam berbelanja melalui



berbagai macam inovasi, program, dan fitur-fitur yang interaktif baik bagi pelaku usaha maupun konsumen.³⁴

C. Produk dan Pengemasan Ulang (*Repacking*)

1. Pengertian Produk

Produk secara umum diartikan sebagai barang yang secara nyata dapat dilihat dan dipegang (*tangible goods*), baik yang bergerak maupun tidak bergerak.³⁵ Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, produk adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang guna yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Selanjutnya, produk dikelompokkan menjadi dua, yakni produk barang dan produk jasa. Produk barang merupakan produk yang dapat dilihat dan dirasakan (*tangible*), sedangkan produk jasa merupakan produk yang hanya dapat dirasakan (*intangible*).³⁶ Pada umumnya strategi pemasaran produk yang digunakan adalah pemusatan perhatian pada kemasan. Hal inilah yang dapat mempengaruhi minat para konsumen dalam pengambilan keputusan. Sebuah produk harus memiliki keunggulan tersendiri yang memiliki perbedaan dengan produk lain, baik dari segi kualitas, desain,



Suteja, *Shopee, Tokopedia, dan Lazada, Siapa Juara?*, URL: restor.id/business/319585/shopee-tokopedia-dan-lazada-siapa-juara), diakses tanggal 16 Februari 2023.

Rajagukguk, *et.al.*, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar

. 44.
Khman Kurniawan, 2014, *Total Marketing*, Yogyakarta: Kobis, hlm. 18.

bentuk, ukuran, kemasan, dan rasa, hal ini bertujuan untuk menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

2. Pengertian Pengemasan Ulang (*Repacking*)

Pengemasan ulang merupakan salah satu inovasi yang sering digunakan untuk meningkatkan nilai penjualan suatu produk, dengan tujuan konsumen merasakan terjangkau harga jual yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Secara terminologi, pengemasan ulang berasal dari bahasa Inggris yang berarti suatu proses pengemasan kembali terhadap suatu produk.³⁷

Dengan melakukan pengemasan ulang, pelaku usaha dapat memfokuskan perhatiannya terhadap pengemasan dan juga pemasaran, sedangkan untuk proses produksi produk, pelaku usaha dapat mencari dan memilih pemasok yang tepat untuk kemudian menjalin kerjasama. Hal inilah yang menjadi kelebihan untuk dilakukannya *repacking* bagi para pelaku usaha.

D. Pengaturan Mengenai Kemasan Pangan Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan

Pangan merupakan salah satu kebutuhan paling dasar yang harus dimiliki oleh setiap manusia, yang mana pangan merupakan bagian dari hak asasi manusia yang ketersediaan, keterjangkauan, dan pemenuhan konsumsi pangan harus cukup, bermutu, aman, dan bergizi seimbang dimana hal tersebut dijamin di dalam Undang-

ang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pasal 1



arah Vinanta Diputra Kelakan, Dewa Gde Rudy, 2021, *Perlindungan Terhadap 1 Sehubungan Dengan Repackaging Kemasan Produk Pangan Olahan UMKM*, tha Negara Volume 9 Nomor 12, hlm. 1009.

angka 1 Undang-Undang Pangan menyebutkan bahwa pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan atau minuman.

Kemasan pangan adalah bahan yang digunakan untuk wadah dan/atau membungkus pangan, baik yang bersentuhan langsung dengan pangan maupun tidak.³⁸ Pada dasarnya, peran utama kemasan adalah untuk melindungi produk dari kontaminasi luar. Kemasan harus dapat melindungi pangan dari pengaruh lingkungan seperti cahaya, oksigen, kelembaban, mikroorganisme, serangga, debu, emisi gas, tekanan, dan lain lain. Selain memberikan perlindungan dan menjaga mutu produk, pengemasan menjadi sangat penting karena dapat menjadi kunci keunggulan kompetitif dalam industri pangan. Fungsi utama dari kemasan pangan adalah sebagai wadah, pelindung, kenyamanan konsumen, dan sarana promosi dan informasi. Selain itu, kemasan dapat juga berfungsi sebagai jaminan keaslian suatu produk.

Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Pangan menyebutkan bahwa setiap orang yang melakukan produksi pangan untuk

angka 35 Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan.



diedarkan dilarang menggunakan bahan apapun sebagai kemasan pangan yang dapat melepaskan cemaran yang membahayakan kesehatan manusia. Adapun bahan-bahan yang dapat membahayakan kesehatan manusia adalah timbal, kromium, nikel, kadmium, merkuri, polivinil klorida, polyester, polietilen, flatet, dan polioksimetilen.³⁹ Dengan dipenuhinya ketentuan ini, produk kemasan pangan yang menggunakan kemasan pangan yang tidak membahayakan kesehatan manusia akan mendapatkan izin edar yang kemudian dapat diedarkan dan diperdagangkan ke masyarakat.



Bijak dalam Menggunakan Kemasan Pangan, URL: www.pom.go.id/new/view/more/berita/174/Bijak-dalam-Menggunakan-Kemasan-ml), diakses pada tanggal 09 Maret 2023.