

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan tentang Produk Impor

1. Pengertian Produk Impor

Produk adalah barang atau jasa yang diperdagangkan untuk dimanfaatkan, dimiliki/dikonsumsi untuk mencukupi keinginan maupun kepentingan.¹ Sedangkan Impor adalah kegiatan membeli produk dari luar negeri yang kemudian dijual kembali dalam negeri. Produk impor dapat diartikan sebagai barang dan/atau jasa, baik berwujud ataupun tidak berwujud, yang berasal dari luar negeri dan diperoleh melalui kegiatan perdagangan internasional.

2. Jenis-jenis Produk Impor

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2021 tentang Kebijakan dan Pengaturan Impor jo. Permendag Nomor 25 Tahun 2022, menjelaskan bahwa produk impor diklasifikasikan berdasarkan tujuan penggunaan dan pengawasan hukumnya. Berdasarkan tujuan penggunaannya, produk impor dibagi menjadi 3, yakni Barang Konsumsi (*consumer goods*), Barang Antara (*intermediate goods*), dan

¹ Dr. M. Anang Firmansyah, S.E., M.M. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Cetakan pertama.CV. Penerbit Qiara Media.

Barang Modal (*capital goods*).² Sedangkan berdasarkan pengawasan hukumnya, produk impor dibagi menjadi 3 yaitu Barang Impor Umum, Barang Impor Terbatas, dan Barang Impor Dilarang.³

3. Ketentuan hukum yang mengatur Impor

Kegiatan impor ke Indonesia dikelola secara kompleks melalui serangkaian peraturan perundang-undangan yang tersusun secara bertingkat. Adapun beberapa ketentuan hukum yang mengatur impor, yakni :

1. Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, peraturan pelaksana dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014, mengatur terkait aspek legalitas masuknya barang dan otorisasi impor secara umum.
2. Permendag Nomor 20 Tahun 2021 jo. Permendag Nomor 25 Tahun 2022, ketentuan komprehensif terkait teknik operasi termasuk klasifikasi, perizinan dan mekanisme pengawasan terkait barang impor.
3. Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan, ketentuan ini menetapkan semua pemilik perusahaan

² M. Anang Firmansyah. 2020. *Ekonomi Perdagangan Internasional*. Surabaya. Qiara Media. Hlm. 42.

³ Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2021 tentang *Kebijakan dan Pengaturan Impor*, Pasal 2–5; sebagaimana diubah dengan Permendag Nomor 25 Tahun 2022.

untuk melampirkan label bahasa Indonesia setiap kemasan barang impor yang diperdagangkan di wilayah domestik.

B. Tinjauan tentang Pelaku Usaha dan Platform Digital

1. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha ialah tiap orang perorangan/badan usaha guna menjalankan atau mendirikan bisnis dalam wilayah hukum Republik Indonesia dengan tujuan untuk melakukan kegiatan ekonomi di berbagai sektor, sebagaimana diamanatkan Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.⁴ Pelaku usaha perwakilan penjualan tidak terbatas pada produsen produk atau penyedia layanan, tetapi juga mencakup pengguna digital yang menjalankan fungsi perantara transaksi elektronik, seperti *Marketplace* dan *social commerce platform* (TikTokShop, Shopee, Tokopedia dan Lazada).⁵ Aktivitas platform digital yang mempertemukan penjual dengan pembeli dianggap sebagai pelaku usaha dengan kewajiban hukum yang sama sebagai pelaku hukum konvensional.⁶

⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁵ Az. Nasution. 2020. *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. Jakarta. Diadit Media. Hlm. 33.

⁶ Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Pasal 7.

2. Ruang Lingkup Pelaku Usaha

Lembaga Ekosistem Indonesia (ISEI) menjelaskan bahwa pengusaha dapat dibagi menjadi tiga kelompok: investor, yang menyediakan modal untuk membiayai berbagai kegiatan; produsen, pihak yang menghasilkan barang maupun layanan, atau mengolah barang dan/atau layanan menjadi bentuk baru; serta pihak penyalur yang bertugas menyalurkan atau memasarkan barang dan/atau jasa secara menyeluruh.⁷

3. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak dan kewajiban pelaku usaha dimaksudkan guna menyeimbangkan kepentingan hubungan konsumen dengan pelaku usaha. Hak pelaku usaha ialah hak yang memperoleh perlindungan hukum dan dimiliki oleh perorangan, badan usaha, maupun kelompok usaha dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen, ketentuan mengenai hak produsen diamanatkan Pasal 6 yang secara khusus mencakup diantaranya : menerima pembayaran sesuai kesepakatan; mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen bertentangan dengan perundang-undangan; melakukan pembelaan diri dalam sengketa; pemulihan

⁷ Dr. Hulman Panjaitan,SH.,MH. 2021. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bekasi. Cetakan Pertama. Jala Permata Aksara. Hlm. 82.

reputasi apabila kerugian tidak berasal dari jasa yang diperjualbelikan; serta hak lain yang sesuai dengan perundang-undangan.

Hak badan usaha dapat berbeda-beda tergantung pada peraturan, lokasi, serta jenis dan ukuran usaha mereka. Namun, pelaksanaan hak-hak tersebut harus sesuai dengan kewajiban dan tanggung jawab bisnis, termasuk kepatuhan terhadap prinsip-prinsip bisnis yang etis, dan harus ditemukan keseimbangan antara hak dan kepentingan pengusaha tetap memperhatikan hak serta kepentingan konsumen, masyarakat, dan lingkungan hidup.⁸ Pasal 7 mengatur sejumlah kewajiban yang perlu ditaati badan usaha, di antaranya: beriktikad baik dalam berbisnis; memberikan informasi akurat terkait barang/jasa; melayani konsumen secara adil tanpa diskriminasi; menjamin mutu barang/jasa sesuai standar; memberi kesempatan uji coba dalam jaminan/garansi; serta memberikan ganti rugi jika barang atau jasa tidak sesuai atau merugikan.⁹

4. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mewajibkan pelaku usaha untuk memikul tanggung jawab penuh terkait dampak aktivitas usahanya. Melalui

⁸ Esther Masri, S.H., M.Kn., dkk. 2023. *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Surabaya. CV. Jakad Media Publishing. Hlm 68.

⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

ketentuan tersebut, pemberian ganti rugi wajib dilaksanakan apabila konsumen mengalami kerugian akibat produk yang rusak atau cacat dan pencemaran. Bentuk ganti rugi berwujud pengembalian uang, penggantian barang atau jasa dengan nilai setara, maupun pemberian layanan medis serta kompensasi lain sesuai ketentuan.

C. Tinjauan tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Istilah "konsumen" bersumber dari bahasa Inggris "*consumer*," yang bermakna "pengguna." Kata "*consumer*" pada Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai "pengguna" atau "konsumen". Secara umum, konsumen dapat didefinisikan sebagai target pengguna suatu produk yang dibeli untuk kepentingan pribadi dan tidak dimaksudkan untuk diperjualbelikan kembali.¹⁰ Perlindungan konsumen bertujuan untuk menciptakan jaminan hukum agar konsumen dapat menjalankan hak-haknya. Teori perlindungan konsumen diklasifikasikan kedalam 2 (dua) kategori utama berdasarkan Az Nasution, yakni :

1. Perlindungan hukum sebelum terjadinya kerugian, berupa aturan, kewajiban pelaku usaha, standar produk, label, izin edar, dll.; dan

¹⁰ Rosmawati. 2018. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok. Cetakan Pertama. Prenada Media Group. Hlm. 2-4.

2. Perlindungan hukum setelah terjadi kerugian, berupa penyelesaian sengketa, ganti rugi, sanksi administratif, sanksi pidana, dll.

Az Nasution memandang Undang-Undang Perlindungan Konsumen diposisikan sebagai pilar dari hukum konsumen yang membentuk aturan serta panduan demi tegaknya perlindungan hak-hak konsumen. Hukum konsumen ialah bentuk manifestasi dari doktrin serta undang-undang yang mempengaruhi relasi hukum serta penyelesaian sengketa antara subjek hukum mengenai pemanfaatan barang atau jasa konsumen.¹¹ Konsumen menjadi peran penting dalam perekonomian untuk membeli barang atau jasa dari perusahaan. Pemerintah Bersama lembaga-lembaga terkait memikul tanggung jawab mengamankan konsumen dari berbagai kegiatan usaha yang berpotensi menimbulkan kerugian.¹²

2. Asas-Asas Perlindungan Konsumen

Asas hukum konsumen ialah dasar guna melindungi hak dan kepentingan konsumen. Tujuannya adalah untuk memastikan kepastian hukum dalam transaksi komersial dapat mewujudkan sekaligus mendorong terciptanya lingkungan bisnis yang sehat serta adil untuk

¹¹ Az Nasution, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 72.

¹² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2017. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta. Cetakan X. Rajawali Pers. Hlm 1.

seluruh pihak yang terlibat.¹³ Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menetapkan asas perlindungan konsumen berlandaskan asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan, serta kepastian hukum.¹⁴

3. Tujuan Perlindungan Konsumen

Tujuan utama perlindungan konsumen berfungsi meningkatkan kesadaran; mengangkat harkat dan martabat; meningkatkan pemberdayaan; menciptakan kesepakatan hukum sebagaimana diatur Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

4. Hak dan Kewajiban Konsumen

Kemandirian serta ketelitian transaksi di pasar digital merupakan manifestasi hak serta kewajiban konsumen sebagai pengguna akhir komoditas guna membantu melindungi hak dan kewajiban. Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menetapkan hak dasar konsumen terkait kenyamanan, keamanan, informasi yang jujur, pilihan barang/jasa, ganti rugi, serta pelayanan tanpa diskriminasi dalam transaksi. Disamping itu Pasal 5, kewajiban konsumen merupakan bentuk tanggung jawab dalam

¹³ Esther Masri,S.H., M.Kn., dkk. 2023. *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Surabaya. CV. Jakad Media Publishing. Hlm 27.

¹⁴ Dr. Hulman Panjaitan, SH.,MH. 2021. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta. Penerbit Jala Permata Aksara. Hlm 87-89.

transaksi, diantaranya : membaca atau mengikuti prosedur penggunaan, beritikad baik dalam transaksi, membayar sesuai nilai sepakat, serta mengikuti penyelesaian sengketa.¹⁵

5. Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen

Prinsip perlindungan konsumen memberikan hak serta jaminan hukum yang melekat kepada setiap individu saat menggunakan produk dan/atau jasa. Tujuannya adalah untuk menjamin konsumen memperoleh perlakuan secara adil, aman, serta bermartabat dalam setiap kegiatan komersial.¹⁶ Prinsip-prinsip perlindungan konsumen diantaranya :¹⁷

1) Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kelalaian/ Kesalahan (*negligence*)

Prinsip menjelaskan bahwa pemberi kerja memiliki tanggung jawab terkait kerugian yang ditimbulkan kelalaian/kegagalan untuk mematuhi kewajiban hukum yang relevan. Terdapat beberapa prinsip tanggung jawab yang timbul dari kelalaian atau kecerobohan, termasuk tanggung

¹⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

¹⁶ Esther Masri, S.H., M.Kn., dkk. 2023. *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Surabaya. CV. Jakad Media Publishing. Hlm 35.

¹⁷ Renata Christha Auli, "3 Prinsip Dan 5 Asas Hukum Perlindungan Konsumen". <https://www.hukumonline.com/klinik/a/3-prinsip-dan-5-asas-hukum-perlindungan-konsumen-lt62e0d9cc75e23/>. Diakses tanggal 16 Oktober 2025.

jawab berdasarkan ketentuan kontrak dan tanggung jawab dengan berbagai pengecualian terhadap ketentuan kontrak, kecuali berpotensi membahayakan kesehatan dan keselamatan, terjadi tawaran produk pada pihak ketiga, dan produsen lalai memberi peringatan atas kondisi berbahaya produk, tanggung jawab tanpa persyaratan hubungan kontrak; dan prinsip praduga lalai serta pembuktian terbalik, Beban pembuktian ada pada tergugat yang menunjukkan bahwa dia tidak bersalah.

2) Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Wanprestasi (*breach of warranty*)

Pelaku usaha bertanggung jawab terkait pelanggaran kewajiban atau kontrak. Prinsip ini berlaku untuk hubungan kontraktual antara dua pihak. Pelanggaran garansi terjadi ketika salah satu pihak gagal menunaikan garansi yang dinyatakan secara eksplisit atau implisit.

3) Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*strict product liability*)

Penjual wajib mengangguk kerugian atas cacat produk tanpa perlu pembuktian adanya kesalahan. Konsumen hanya membuktikan produk cacat dan menimbulkan kerugian. Tujuannya untuk melindungi

konsumen dari risiko produk cacat, sehingga produsen bertanggung jawab penuh atas keamanan dan mutu produk. Seiring berkembangnya, prinsip tanggung jawab mutlak (*strict product liability*) kini tidak lagi terbatas secara eksklusif pada produk barang, melainkan mengalami perluasan hingga sektor jasa, termasuk jasa keuangan, dimana hubungan pelaku usaha dengan konsumen menuntut adanya perlindungan hukum yang seimbang serta transparan.

D. Tinjauan tentang Label Bahasa Indonesia

1. Pengertian Label

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 79 Tahun 2019 tentang Pelabelan Produk Indonesia menetapkan label sebagai keterangan informasi yang melekat pada produk dalam bentuk tertentu. Di samping itu, label pangan merupakan bentuk representasi informasi yang dapat berupa gambar atau tulisan yang terintegrasi dengan kemasan, baik dengan cara ditempelkan maupun dimasukkan ke dalamnya.¹⁸

¹⁸ Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan

2. Kewajiban penggunaan label

Label merupakan penanda yang digunakan untuk menunjukkan tingkat mutu suatu produk, yang dapat dinyatakan melalui huruf, angka, maupun bentuk penandaan lainnya, sekaligus memberikan penjelasan mengenai kualitas dari produk tersebut. Pelabelan pada produk usaha mikro dan kecil harus diawasi dan dibina oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Terdapat sejumlah undang-undang serta peraturan yang menetapkan ketentuan penggunaan label dalam bahasa Indonesia, diantaranya :

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, membebankan badan usaha guna menyajikan transparansi informasi serta tidak menyesatkan termasuk penggunaan bahasa Indonesia pada label dan melarang menjual barang yang tidak mematuhi aturan pelabelan yang berlaku.
2. Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, ketentuan terkait komoditas yang beredar di wilayah Indonesia wajib menyajikan label berbahasa Indonesia. Isi label harus disusun secara mudah dipahami, jelas, serta tidak boleh memberikan informasi yang menyesatkan.
3. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan,

mengharuskan komoditas pangan olahan untuk menyajikan label berisi informasi penting, seperti nama barang, komposisi, informasi gizi, serta keterangan lain harus disampaikan dalam bahasa Indonesia.

3. Tujuan dan manfaat label

Pelabelan produk memiliki berbagai peran penting, di antaranya menyajikan informasi mengenai komponen fisik produk pada kemasan. Label digunakan sebagai media perantara produsen dengan konsumen untuk menyajikan hal terkait produk, baik yang tampak langsung maupun tidak. Selain itu, label memberikan panduan kepada konsumen dalam menggunakan produk secara tepat agar dapat memperoleh hasil yang optimal. Di sisi lain, pelabelan juga berfungsi sebagai media promosi bagi produsen sekaligus memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada konsumen.¹⁹

4. Keterangan Label

Pasal 97 ayat (3) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan menetapkan standar wajib badan usaha untuk menyertakan label bahasa Indonesia di setiap kemasan pangan, baik melalui bentuk tulisan

¹⁹ Rinaldi Dwi Iman, dkk. 2023. *Penyuluhan pentingnya label pada kemasan produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) Desa Randusangsa Wetan*. Jurnal Pengabdian Masyarakat. Universitas Muhadi Setiabudi. Vol 1. No.1.

maupun cetakan. Selain itu, label tersebut sekurang-kurangnya harus memuat informasi-informasi tertentu sebagai berikut:

- a. Nama produk yang jelas dan sesuai jenis pangan yang diperdagangkan.
- b. Rincian bahan yang digunakan pada proses pembuatan produk.
- c. Keterangan mengenai berat bersih atau volume bersih isi produk.
- d. Identitas berupa nama serta alamat produsen atau pihak importir.
- e. Informasi terkait kehalalan produk bagi konsumen yang membutuhkan.
- f. Nomor produksi atau kode produksi (batch/lot).
- g. Tanggal kedaluwarsa yang ditulis dalam format bulan serta tahun.
- h. Nomor izin edar untuk pangan olahan yang telah disetujui peredarannya.
- i. Keterangan mengenai negara asal bahan pangan tertentu yang dipakai.