

## Perlindungan Hukum bagi Konsumen Marketplace terhadap Tidak Tercantumnya Berat Bersih dalam Produk Makanan Kemasan Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

**Eugenia Giovani Anggasta Putri Banggung**

Fakultas Hukum, Universitas Nusa Cendana

Korespondensi penulis: [putribanggung@gmail.com](mailto:putribanggung@gmail.com)

**Siti Ramlah Usman**

Fakultas Hukum, Universitas Nusa Cendana

**Helsina Fransiska Pello**

Fakultas Hukum, Universitas Nusa Cendana

**Abstract.** *Along with technological developments, buying and selling transactions are also influenced by technological developments. In the past, buying and selling transactions were carried out in markets, shops, stalls, but nowadays sellers and buyers carry out buying and selling transactions online (e-commerce), one of which is the marketplace. The increasingly consumerist life of society in the era of globalization has resulted in reduced public awareness of the packaged food products they consume. There are problems that often arise regarding the inclusion of net weight. For example, business actors do not include net weight information on packaged food products. This problem is certainly detrimental to the public because they do not know the actual net weight of the food product. The main problems in this research are (1) What is the legal protection for marketplace consumers against packaged food products that do not include net weight? (2) What factors cause packaged food product businesses in the marketplace to not include net weight? This research is empirical juridical research, meaning that analyzing problems is carried out by combining legal materials which are secondary data with primary data obtained in the field. The legal sources and materials used are primary and secondary legal materials. The results of this research indicate that legal protection for marketplace consumers for packaged food products that do not include net weight according to Law Number 8 of 1999 has not been implemented which has different (varied) answers from consumers because some consumers say that there are still business actors who have not know about the rules for including net weight and from the Kupang City Industry and Trade Service itself which has never handled cases regarding business actors selling packaged food products that do not include net weight, in other words there have been no complaints.*

**Keywords:** *Legal Protection, Inclusion of Net Weight, Packaged Food, Business Actors.*

**Abstrak.** Seiring dengan perkembangan teknologi, transaksi jual beli pun dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, zaman dahulu transaksi jual beli dilakukan di pasar, toko, warung tetapi di saat sekarang ini penjual dan pembeli melakukan transaksi jual beli secara online (*e-commerce*), salah satunya yaitu marketplace. Kehidupan masyarakat yang semakin konsumtif di era globalisasi mengakibatkan berkurangnya kesadaran masyarakat terhadap produk makanan kemasan yang dikonsumsi. Terdapat masalah yang sering muncul terkait dengan pencantuman berat bersih. Misalnya, pelaku usaha yang tidak mencantumkan informasi berat bersih pada produk makanan kemasan. Masalah ini tentu merugikan masyarakat karena mereka tidak mengetahui berapa berat bersih yang sebenarnya dari produk makanan tersebut. Pokok permasalahan dalam penelitian ini ialah (1) Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen marketplace terhadap produk makanan kemasan yang tidak mencantumkan berat bersih? (2) Faktor apa saja yang menyebabkan pelaku usaha produk makanan kemasan di marketplace tidak mencantumkan berat bersih? Penelitian ini merupakan penelitian yuridis empiris, artinya bahwa dalam menganalisis permasalahan dilakukan dengan cara memadukan bahan-bahan hukum yang merupakan data sekunder dengan data primer yang diperoleh di lapangan. Sumber dan bahan hukum yang digunakan yaitu bahan hukum primer dan sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen marketplace terhadap produk makanan kemasan yang tidak mencantumkan berat bersih menurut undang-undang nomor 8 tahun 1999 belum diimplementasikan dimana memiliki jawaban dari konsumen yang berbeda (bervariasi) karena sebagaimana konsumen mengatakan bahwa masih ada pelaku usaha yang belum mengetahui tentang aturan mencantumkan berat bersih dan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Kupang sendiri yang belum pernah menangani kasus tentang pelaku usaha yang menjual produk makanan kemasan yang tidak mencantumkan berat bersih dengan kata lain belum ada aduan.

Received Maret 17, 2024; Accepted April 18, 2024; Published Juni 30, 2024

\*Eugenia Giovani Anggasta Putri Banggung, [putribanggung@gmail.com](mailto:putribanggung@gmail.com)

**Kata Kunci:** Perlindungan Hukum, Pencantuman Berat Bersih, Makanan Kemasan, Pelaku usaha.

## **LATAR BELAKANG**

Seiring dengan perkembangan teknologi, transaksi jual beli pun dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, zaman dahulu transaksi jual beli dilakukan di pasar, toko, warung tetapi di saat sekarang ini penjual dan pembeli melakukan transaksi jual beli secara online (*e-commerce*). Salah satu bentuk dari perkembangan *e-commerce* yakni dengan hadirnya marketplace. Marketplace merupakan sebuah aplikasi yang dijadikan tempat jual beli atau pasar online oleh beberapa vendor. Pasar online atau marketplace semakin populer sebagai tempat untuk berbelanja, terutama dalam situasi pandemi Covid-19. Salah satu produk yang banyak dijual di marketplace adalah makanan kemasan. Kehidupan masyarakat yang semakin konsumtif di era globalisasi mengakibatkan berkurangnya kesadaran masyarakat terhadap produk makanan kemasan yang dikonsumsi. Masyarakat sebagai konsumen cenderung tidak memperhatikan pencantuman berat bersih dari makanan yang hendak dikonsumsi. Hal ini menjadi celah bagi para pelaku usaha untuk tetap menjual ataupun menawarkan produk makanan yang tidak mencantumkan berat bersih dengan melakukan potong harga miring untuk menarik minat para konsumen. Dengan demikian pelaku usaha tidak menderita kerugian yang cukup besar jumlahnya, karena produk yang dijualnya telah dibeli oleh konsumen.

Berdasarkan informasi pada label produk makanan kemasan, konsumen secara tepat dapat menentukan pilihan sebelum membeli dan atau mengkonsumsi makanan kemasan. Tanpa adanya informasi yang jelas maka kecurangan-kecurangan dapat terjadi. Pelaku usaha mungkin mencoba membujuk konsumen untuk membeli produk makanan kemasan dengan berbagai cara, dengan semakin mengabaikan keselamatan konsumen. Label pada produk makanan kemasan ini tidak hanya memberikan informasi yang menguntungkan pelaku usaha.

Hal ini sebagaimana diatur dalam Pasal 135 ayat (1) Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, Pasal 97 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) Pasal 8, Pasal 3, Pasal 12, Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang Pelabelan dan Iklan Pangan.

Akibat meningkatnya penjualan online, Komunitas Konsumen Indonesia (KKI) semakin banyak menerima laporan sehingga menimbulkan permasalahan bagi masyarakat di marketplace terutama dalam produk makanan kemasan. Penemuan produk makanan kemasan

bermula dari adanya laporan masyarakat mengenai banyaknya penjualan produk makanan kemasan baru yang dikemas ulang di marketplace.

Berdasarkan hasil investigasi Komunitas Konsumen Indonesia (KKI) produk makanan kemasan di marketplace diduga telah dikemas ulang dari kemasan aslinya. Hal ini juga melanggar beberapa peraturan perundang-undangan antara lain, Pasal 22 Undang-Undang Metrologi Legal Nomor 2 Tahun 1981 menjelaskan alasan dicantumkannya berat bersih pada produk makanankemasan. Pencantuman berat bersih sangat perlu untuk dicantumkan yang sebenarnya dalam produk makanan kemasan. Cara yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam mengemas kembali produk makanan pada kemasan baru dengan menggunakan plastik transparan baru dan menjualnya di berbagai marketplace. Oleh karena itu, masyarakat perlu benar-benar memperoleh informasi yang benar mengenai makanan kemasan. Penjualan produk makanan kemasan ini sebenarnya merupakan penjualan illegal karena informasi yang diperlukan, seperti berat bersih pada produk, tanggal kadaluarsa, komposisi, tanggal pembuatan dan alamat pelaku usaha tidak ditampilkan. Label harus dicantumkan, disisipkan atau ditempelkan pada produk makanan kemasan.

Banyak faktor yang mempengaruhi beredarnya makanan kemasan plastik tersebut. Karena itu para konsumen semakin harus lebih cermat dan lebih berhati-hati dalam membeli suatu produk makanan kemasan di plastik. Beredarnya produk makanan kemasan plastik tidak terlepas dari kurangnya pengetahuan para konsumen tentang kemasan pangan. Padahal pengetahuan tentang kemasan pangan tersebut sangatlah penting bagi konsumen untuk mengetahui apakah produk makanan yang mereka konsumsi menggunakan kemasan plastik aman atau tidak.

Sebagian besar konsumen tidak pernah atau jarang memperhatikan kemasan dari produk yang mereka beli. Kalaupun ada, pasti jumlahnya relatif kecil. Para konsumen hanya mementingkan kebutuhan yang mereka dapat dari produk tersebut. Tidak jarang para konsumen bersikap masa bodoh terhadap dampak negatif jangka panjang dari mengkonsumsi suatu produk dengan kemasan plastik yang tidak memenuhi standar atau persyaratan kesehatan tersebut. Padahal penggunaan kemasan produk yang tidak sesuai dapat memicu zat-zat berbahaya yang terkandung didalam bahan kemasan plastik kedalam isi suatu produk tertentu, yang jika dilakukan terus menerus dikonsumsi terus menerus dalam jangka waktu yang panjang akan memicu pertumbuhan sel-sel kanker pada tubuh manusia.

Empat hal yang harus di perhatikan oleh konsumen, Pertama, dari aspek ekonomi mikro. Misalnya, perilaku dari unit-unit ekonomi individual, seperti rumah tangga, perusahaan dan struktur industri. Kedua, dari sudut pandang ekologi. Misalnya, kemasan yang

terkontaminasi secara kimia atau biologis atau mengandung bahan mentah langka dan dapat membahayakan lingkungan. Ketiga, dari segi hukum. Misalnya, legalitas produk dalam kaitannya dengan registrasi produk pada otoritas kesehatan seperti pangan, kemudian tanggung jawab produsen atas kerugian yang diderita pembeli/konsumen, serta standarisasi penyajian dan pelabelan iklan. Keempat adalah kesehatan dan keamanan.

Dalam hal makanan kemasan, informasi yang paling penting adalah kuantitas atau berat bersih produk tersebut. Pencantuman berat bersih yang tidak akurat atau tidak sesuai dengan standar dapat menipu konsumen dan memberikan kerugian pada mereka. Oleh karena itu, ketika terdapat ketidaksesuaian antara penentuan berat bersih di kemasan dengan berat sebenarnya, maka konsumen berhak memperoleh ganti rugi atau bahkan bisa melakukan tuntutan hukum terhadap produsen atau penjual makanan kemasan tersebut.

Terdapat masalah yang sering muncul terkait dengan pencantuman berat bersih pada makanan kemasan yang tidak sesuai dengan sebenarnya, yang dapat merugikan konsumen. Misalnya, jika berat bersih yang tertera pada produk tidak sesuai dengan isi yang sebenarnya, konsumen bisa merasa dirugikan karena mereka membayar mahal untuk produk yang seharusnya berisi lebih banyak atau lebih banyak kalori daripada yang tertera di label.

Masalah ini tentu sangat merugikan konsumen karena mereka tidak mendapatkan produk sesuai dengan yang diijinkan dalam kemasan. Konsumen berhak mendapatkan perlindungan hukum terhadap praktik yang merugikan ini. Selain itu, ketika berat bersih tidak dicantumkan pada label makanan kemasan, konsumen akan kesulitan untuk membandingkan harga produk yang sama yang dijual di tempat lain. Oleh karena itu, penting untuk mencantumkan berat bersih terhadap produk makanan yang di jual dalam keadaan terbungkus.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen *marketplace* terhadap tidak tercantumnya berat bersih dalam produk makanan kemasan menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian yuridis empiris. Penelitian ini menjelaskan mengenai Perlindungan Hukum bagi konsumen marketplace terhadap produk makanan kemasan yang tidak mencantumkan berat bersih dan faktor yang menyebabkan pelaku usaha produk makanan kemasan di marketplace tidak mencantumkan berat bersih yang terjadi di lokasi penelitian. Lokasi penelitian dilaksanakan di Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kota Kupang.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari lapangan melalui wawancara. Sedangkan data sekunder yaitu diperoleh atau dikumpulkan penulis melalui studi kepustakaan dan kajian yang berhubungan dengan pokokpermasalahan penelitian ini.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dan pelaku usaha dengan konsumen sebanyak 14 orang dan pelaku usaha 10 orang dan 1 pejabat pemerintah dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Kupang. Penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik sampel jenuh. Dimana semua anggota populasi mendapatkan kesempatan yang sama. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan studi kepustakaan.

Teknik pengolahan data dengan *editing*, *coding*, dan tabulasi. Teknik analisis data yaitu setelah data terkumpul secara keseluruhan baik yang diperoleh dari hasil data primer dan data sekunder. Kemudian dianalisis secara diskriptif dan kualitatif dengan menyatakan permasalahan dalam bentuk penjelasan atau uraian kalimat yang disusun secara sistematis. Setelah dilakukan analisis data dilakukan, ditarik kesimpulan deduktif, yaitu suatu cara berpikir yang didasarkan fakta-fakta yang bersifat umum kemudian ditarik suatu kesimpulan secara khusus yang merupakan jawaban permasalahan berdasarkan hasil penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Perlindungan Hukum Bagi Konsumen *Marketplace* Terhadap Produk Makanan Kemasan Yang Tidak Mencantumkan Berat Bersih**

Makanan kemasan yang beredar di Pasaran terlebih di *Marketplace* sangat beragam, yaitu dari jenis kemasan, cara produksi dan sistem promosinya. Dengan berkembangnya usaha makanan kemasan tersebut maka banyak sekali pelaku usaha yang berubah haluan untuk memulai usaha. Maraknya peredaran produk makanan kemasan di *marketplace* ini juga ternyata ada yang tidak mencantumkan berat bersih. Penjualan produk makanan kemasan tidak memenuhi persyaratan pelabelan menjadi perhatian utama konsumen.

Pelaku usaha terlihat menyimpang dari hak-hak konsumen, sehingga pelaku usaha semakin mengabaikan dan memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Label harus menyertakan informasi data untuk membantu konsumen membuat pilihan yang tepat sebelum membeli atau mengonsumsi makanan kemasan. Jika hanya berfokus pada kemasannya saja dan tidak memperhatikan pencantuman berat bersih, hal ini sangat jelas telah merugikan konsumen.

Tanpa adanya label informasi maka bisa jadi akan terjadi kecurangan-kecurangan. Pelaku usaha dalam hal ini telah melanggar beberapa aturan perundang-undangan.

Perundang-undangan di Indonesia sangat jelas diatur dalam beberapa Pasal mengenai aturan berat bersih dalam sebuah produk makanan kemasan yang diedarkan di *marketplace*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen *marketplace* terhadap produk makanan kemasan yang tidak mencantumkan berat bersih diimplementasikan dimana memiliki jawabandari konsumen yang berbeda (bervariasi) karena sebagaimana konsumen mengatakan bahwa masih ada pelaku usaha yang belum mengetahui tentang aturan mencantumkan berat bersih dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Kupang sendiri belum pernah menangani kasus tentang pelaku usaha yang menjual produk makanan kemasan yang tidak mencantumkan berat bersih dengan kata lain belum ada aduan. Hal ini lebih jelasnya diuraikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 1. Tanggapan Responden (Konsumen) Marketplace Untuk Pelaku Usaha Produk Makanan Kemasan**

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	Memperhatikan	5	35,7
2.	Tidakmemperhatikan	9	64,3
<b>Jumlah</b>		<b>14</b>	<b>100,0</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 1, maka menunjukkan bahwa dari pihak konsumen diperoleh jawaban bahwa terdapat 5 orang konsumen (35,7) yang menyatakan bahwa ada pelaku usaha yang memperhatikan label berat bersih pada produk makanan kemasan sedangkan 9 orang konsumen (64,3) lainnya menyatakan bahwa pelaku usaha yang tidak memperhatikan label berat bersih pada produk makanan kemasan. Dalam hal ini pelaku usaha yang tidak memperhatikan dengan benar kewajiban mereka sendiri bahwa label berat bersih itu wajib dicantumkan pada produk makanan kemasan.

Hal diatas didukung hasil wawancara dengan Bapak Gunawansyah selaku pejabat Dinas Prindustrian dan Perdagangan Kota Kupang. Beliau mengatakan mengenai tidak tercantumnya berat bersih pada produk makanan kemasan di *marketplace* belum ditemukan pengaduan karena dilihat dari seberapa besar kerugian yang dialami oleh konsumen sebagaimana orang tidak mempemasalahkan hal tersebut. Entah dari faktor murahness makanan kemasan tanpa melihat seberapa banyak isi dalam kemasan tersebut atau memang dari konsumen yang tidak berani untuk mengadukan hal tersebut ataupun juga kurangnya pengetahuan bahwa hak yang mereka miliki telah dilanggar sebagai konsumen.

**Tabel 2. Pemahaman dari Pelaku Usaha tentang Aturan Mencantumkan Berat Bersih**

NO	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Paham	2	14,3
2	Tidak paham	8	85,7
	Jumlah	10	100,0

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan sumber tahun 2023 disajikan pada tabel 2, maka menunjukkan bahwa pihak pelaku usaha yang diteliti, diperoleh pelaku usaha yang tidak paham terdapat 8 orang pelaku usaha (85,7%) yang menyatakan bahwa pelaku usaha yang tidak paham akan aturan tentang mencantumkan berat bersih yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Sedangkan sebesar 2 orang pelaku usaha (14,3%) yang menyatakan bahwa paham tentang adanya aturan mengenai ketentuan yang mengatur tentang wajibnya mencantumkan berat bersih yakni Undang- undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Data pada kedua tabel diatas di dukung dengan data sekunder yang memuat nama-nama pelaku usaha, merek yang diproduksi, dan jenis produk yang telah diwawancarai oleh peneliti. Lebih jelasnya dapat diuraikan melalui tabel berikut:

**Tabel 3. Daftar Produk Makanan Kemasan Yang Tidak Mencantumkan Berat Bersih**

NO.	Nama Pelaku Usaha	Merek yang Didaftarkan	Jenis Produk
1.	Sarinten	Idola	Keripik pisang, keripik tempe,dan paruh
2.	Gledy Naray	Morige	Biskuit kelor, aneka kue kering
3.	Vera Gausario	Vegous	Cookies
4.	Zuherma Halinda	Mentari	Jagung Goreng
5.	Juliana L. Latumalea	Velys	Kacang Sembunyi dan stick
6.	Dian Yanita Rihi	Anry	Stick aneka rasa, kerupuk ikan, keripik pisang
7.	Johanes Painly	Gracia	Kacang Kentucy, bawang telur
8.	Nanang	Seituna pawiro	Sei ikan tuna
9.	Sevron Oematan	Nusa timor	Aneka kacang dan kerupuk bawang
10.	Petronela Suek	Antara-1	Kue rambut dan jagung titi

Sumber: Data Sekunder,2023

Hal diatas didukung hasil wawancara dengan Bapak Gunawanshah selaku pejabat Dinas Prindustrian dan Perdagangan Kota Kupang. Beliau mengatakan Fungsi pengawasan yang telah disebutkan sebelumnya oleh Disperindag Kota Kupang yang dijalankan oleh tiap-

tiap bidang sangatlah penting karena melakukan pengawasan terhadap setiap pelaku usaha yang berada di Kota Kupang maupun yang beredar di setiap Kabupaten yang ada di Kota Kupang. Berdasarkan hasil wawancara, adapun sosialisasi yang dilakukan oleh Disperindag Kota Kupang adalah dengan cara memberitahukan kepada pelaku usaha untuk mengikuti kegiatan yang dilaksanakan oleh Disperindag Kota Kupang tentang hak dan kewajiban masing-masing pihak baik sebagai pelaku usaha maupun konsumen. Selain itu juga Disperindag Kota Kupang membagikan informasi tertulis dalam bentuk brosur. Brosur ini memuat informasi tentang ajakan kepada konsumen agar lebih cerdas dalam memilih produk makanan yang mereka beli.

Disperindag Kota Kupang mempunyai tugas pokok yaitu melaksanakan sebagaimana urusan pemerintahan daerah di bidang perindustrian dan perdagangan berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantu. Menurut hasil wawancara bahwa dari tugas pokok Disperindag Kota Kupang tersebut maka fungsi dari Disperindag Kota Kupang yaitu merumuskan kebijakan, menyelenggarakan urusan pemerintah, membina, melakukan pengawasan yang menunjang segala urusan yang berkaitan dengan Perindustrian dan Perdagangan Kota Kupang di setiap bidangnya. Maka dari itu Disperindag Kota Kupang mempunyai badan khusus yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Menurut Bapak Gunawansyah selaku Pejabat Disperindag Kota Kupang mengatakan bahwa BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) merupakan badan non-pemerintah yang tugas dan wewenangnya yaitu ketika adanya aduan dari pihak konsumen dan pelaku usaha itu sendiri, jika ada konsumen yang melakukan pengaduan maka tugas BPSK ialah melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa dengan cara melalui mediasi atau arbitrase untuk mendapatkan solusi.

Oleh karena itu, dengan adanya upaya perlindungan hukum preventif dapat mencegah tidak diteruskannya sengketa sampai pada pengadilan. Baik sengketa yang terjadi antara pelaku usaha dan konsumen, maupun pelaku usaha dengan pelaku usaha itu sendiri. Maka BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) bertugas untuk menangani sengketa sampai selesai di luar pengadilan.

Menurut Bapak Gunawansyah selaku pejabat Disperindag Kota Kupang, setelah melakukan sosialisasi maka akan dilanjutkan dengan melakukan pengawasan setiap 4 kali dalam 1 tahun yang dilakukan di setiap Kabupaten yang ada di Nusa Tenggara Timur (NTT). Apabila ditemukan ada pelaku usaha yang melakukan kesalahan maka akan diberikan teguran 3 kali, jika tidak ditaati maka izin usaha dagang tersebut akan dicabut. Itu protap yang sudah ada.<sup>38</sup> Disperindag juga pernah melakukan sosialisasi Perlindungan Konsumen di Aula Hotel Sylvia

Kupang, dalam rangka melaksanakan aktivitas sosialisasi kepada para konsumen untuk membeli barang itu harus cerdas. Artinya, ketika memilih cerdas itu, pertama sekali itu dalam kondisi ini yang kita inginkan “jangan untuk keinginan tetapi lebih diutamakan kebutuhan”. Yang kedua, standarisasi barang-barang itu sedapat mungkin itu adalah barang-barang yang sudah tersosialisasi ada Standar Nasional Indonesia (SNI), ada Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) nya, kalau yang halal dan sebagainya”.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan pendapat penulis bahwa perlindungan hukum bagi konsumen *marketplace* terhadap produk makanan kemasan belum dikatakan baik atau belum diimplementasikan berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen karena belum ditangani dan diselesaikan secara langsung oleh pelaku usaha dan Disperindag Kota Kupang.

### **Faktor Penyebab Pelaku Usaha Produk Makanan Kemasan di Marketplace Tidak Mencantumkan Berat Bersih**

Makanan kemasan tanpa mencantumkan berat bersih yang diedarkan maupun yang diperdagangkan ke konsumen oleh para pelaku usaha dilarang oleh peraturan perundang-undangan yang diatur dalam Pasal 8 ayat (1) b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Akan tetapi masih banyak pelaku usaha yang tidak mencantumkan berat bersih pada produk makanan kemasan.

1. Faktor Kurangnya Pemahaman dari Pelaku Usaha tentang Aturan Mencantumkan Berat Bersih

**Tabel 4. Hasil penelitian terhadap pelaku usaha**

<b>No</b>	<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1.	Lulusan SMP	5	45,3
2.	Lulusan SMA	3	32,2
3.	Mahasiswa	2	22,5
	<b>Jumlah</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer 2023

Pengetahuan dari pelaku usaha akan kewajiban untuk memberikan informasi yang benar serta yang jelas berkaitan dengan mencantumkan berat bersih dalam produk makanan kemasan menjadi faktor yang sangat penting untuk terwujudnya perlindungan konsumen. Tetapi pada lapangan saat ini masih banyak pelaku usaha yang tidak mengetahui kewajibannya dan kurang mengetahui peraturan yang ditetapkan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) tentang informasi pelabelan yang benar dan juga jelas. Hal tersebut dikarenakan berbagai faktor, seperti:

- a. Tingkat pendidikan yang rendah sehingga pelaku usaha susah untuk mengetahui aturan tersebut.
- b. Kurangnya sosialisasi dari pemerintah mengenai aturan yang mengatur tentang perlindungan konsumen.
- c. Adanya rasa ketidakmauan pelaku usaha untuk mengetahui tentang ketentuan aturan perlindungan konsumen
- d. Kesadaran pelaku usaha yang begitu minim terhadap pencantuman berat bersih dalam produk makanan kemasan di *marketplace*.

## 2. Faktor Ekonomi

Tujuan dari kegiatan usaha menjual produk makanan kemasan hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga kami tidak memperhatikan dan memperdulikan aspek-aspek penting yang ada salah satunya kewajiban untuk menantumkan berat bersih.

Biaya yang tinggi untuk memasang label pada produk makanan kemasan menyebabkan pelaku usaha tidak memasang label terlebih berat bersih. Biaya yang dikeluarkan apabila memasang label pada makanan kemasan mencapai Rp. 5.000 – Rp. 10.000.

Penjualan makanan kemasan ini dijual dengan harga yang terjangkau mulai dari Rp.10.000 untuk 250gram sampai dengan Rp.40.000 untuk 1 kilo.

Itulah mengapa kami menjual makanan kemasandengan harga murah agar konsumen/pelanggan tertarik dengan produk yang kami jual. Jika kamu memasang lagi label maka kami akan rugi, karena akan mengurangi modal.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulisan berpendapat bahwa hal ini yang membuat pelaku usaha tidak memasanglabel termasuk berat bersih pada makana kemasan. Tingginya biaya pemasangan label tersebut akan membuat naiknya harga produk makanan kemasanyang dijual. Jika produk makanan kemasan yang mereka jual dengan harga yang tinggi maka akan kehilangan konsumen/pelanggan dan bagi pelaku usaha tidak penting untuk mencantumkan berat bersih dan juga label lainnya pada produk makanan kemasan intinya dengan harga yang murah mereka bisa mendapatkan keuntungan dan menarik para konsumen.

## 3. Faktor kurangnya pengawasan dari pemerintah

Salah satu faktor kurangnya pencantuman berat bersih karena kurangnya pengawasan dan juga penindakan dari pemerintah, yang menyebabkan pelaku usaha semena-mena dan melakukan pelanggaran dalam penjualan produk makanan kemasan

tanpa mencantumkan berat bersih. Apalagi luas wilayah kerja DISPERINDAG sehingga pengawasan terhadap distributor tidak. Terjangkau keseluruhw ilaah dan juga masih adanya produk yangmasukuntuk dipasarkan tanpa secara jelas siapa distributornya.

Pemerintah Kota Kupang haruslah melakukan pengawasan yang lebih efektif kepada pelaku usaha, apabila pemerintah benar-benar mengadakan pengawasan itu secara rutin dan tegas, maka dengan sendiriannya pelaku usaha dakan menjalankan kewajibannya untuk mecantumkan label terutama berat bersih dalam produk makanan kemasan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan diperoleh bahwa Perlindungan hukum bagi konsumen marketplace terhadap produk makanan kemasan yang tidak mencantumkan berat bersih menurut Undang- Undang Nomor 8 tahun 1999 belum diimplementasikan dimana memiliki jawaban dari konsumen yang berbeda (bervariasi ) karena sebagaian konsumen mengatakan bahwa masih ada pelaku usaha yang belum mengetahui tentang aturan mencantumkan berat bersih dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Kupang sendiri belum pernah menangani kasus tentang pelaku usaha yang menjual produk makanan kemasan yang tidak mencantumkan berat bersih dengan kata lain belum ada aduan. Faktor yang menyebabkan pelaku usaha produk makanan kemasan tidak mencantumkan berat bersih, dikarenakan beberapa faktor, yakni kurangnya pemahaman dari pelaku usaha berkaitan dengan aturan mencantumkan berat bersih, faktor ekonomi dan kurangnya pengawasan dari pemerintah.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Abdul Atsar, Rani Apriani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, CV Budi Utama, Yogyakarta, 2019
- Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1993 Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2015
- Anonymus, *Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Hukum*, Universitas Nusa Cendana, Kupang, 2016
- Astuti Atung, “Pencantuman Berat Bersih/ Netto Pada Makanan Produk Industri Rumah Tangga di Kota Makasar “, (Skripsi, Universitas Hassanudin Makassar, 2020)
- Barkatullah, A.H..2017. Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi di E-commerce. *Jurnal Hukum*, 14.

- Berkatullah, A.H. *Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi diEcommers*, Jurnal hukum, 2017
- Celine Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2022
- Erie Hariyanto, *Hukum Dagang dan Perusahaan Di Indonesia*, Pena Salsabila, Surabaya, 2013
- Embun BeningDiniari, Pengertian dan RumusMenghitung Bruto, Netto, dan Tara,,AtAvaible,<https://blog.ruangguru.com/pengertian-rumus-menghitung-bruto-netto-dan-tara> (diaksespadatanggal1januari2024,pukul10.55WITA)
- Hidayat, Taufik,*Panduan Toko Online dengan OSCommerce*, Media Kita,Jakarta,2008
- Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, UBPress, Malang,2011
- Mahasiswa Muslim, CV.Elsi Pro, Cirebon,2020
- Muchsin. *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*”, Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2003
- Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan
- Romindo,dkk,*E-Commers:Implementasi,Strategi,danInovasinya*,YayasanKita Menulis,2019
- Setiono, Disertasi: “*Rule of Law* “Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret,Surakarta, 2004
- Shidarta *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta, Gasindo 2000
- Soekanto, Soerjono. 2007.*Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Universitas Indonesia UI-Press
- Stefanus Don Rade, “Perlindungan Konsumen Terhadap Pencantuman Komposisi Produk Pada Penandaan Kemasan Suplemen MakananDitinjau Dari Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen “; (Skripsi Universitas Nusa cendana Kupang, 2019).
- Suyanto M, *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*, Andi,Yogyakarta, 2003
- Turban,DavidK.J. Lee,D.Turban. *ElectronicCommerce*. Edisike-7,2012
- Undang- Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Dasar 1945
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan
- Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen