

**PENGAWASAN PENCANTUMAN LABEL BAHASA INDONESIA PADA
PEREDARAN BARANG DAN PRODUK TEKSTIL
(Studi di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur
UPT Perlindungan Konsumen Malang)**

SKRIPSI

**OLEH :
ALFIRA ROSA DAMAYANTI
NIM 200202110114**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2024**

**PENGAWASAN PENCANTUMAN LABEL BAHASA INDONESIA PADA
PEREDARAN BARANG DAN PRODUK TEKSTIL
(Studi di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur
UPT Perlindungan Konsumen)**

SKRIPSI

Oleh :

ALFIRA ROSA DAMAYANTI

NIM. 200202110114



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan,

Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGAWASAN PENCANTUMAN LABEL BAHASA INDONESIA PADA PEREDARAN BARANG DAN PRODUK TEKSTIL

**(Studi di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur
UPT Perlindungan Konsumen)**

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggung jawaban. Jika kemudian hari laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai prasyarat mendapat predikat gelar sarjana dinyatakan batal demi hukum.

Malang, 03 Mei 2024
Penulis



Alfira Rosa Damayanti
200202110114

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Alfira Rosa Damayanti NIM 200202110114 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

**PENGAWASAN PENCANTUMAN LABEL BAHASA INDONESIA PADA
PEREDARAN BARANG DAN PRODUK TEKSTIL**

(Studi di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur

UPT Perlindungan Konsumen)

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut, telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji oleh Majelis Dewan Penguji.

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah



Dr. Fakhruddin, M.HI
NIP. 197408192000031002

Malang, 03 Mei 2024

Dosen Pembimbing,



Dr. Khoirul Hidayah, M.H
NIP. 197805242009122003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG

FAKULTAS SYARIAH

Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399, Faksimile (0341) 559399

BUKTI KONSULTASI

Nama : Alfira Rosa Damayanti
NIM : 200202110114
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : Dr. Khoirul Hidayah, M.H
Judul Skripsi : Pengawasan Pencantuman Label Bahasa Indonesia Pada Peredaran Barang Dan Produk Tekstil (Studi di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur UPT Perlindungan Konsumen Malang)

| No | Tanggal Bimbingan | Deskripsi Proses Bimbingan | Paraf |
|-----|-------------------|------------------------------------------|-------|
| 1. | 25 Agustus 2023 | Konsultasi Judul | |
| 2. | 08 September 2023 | Konsultasi Outline Penelitian | |
| 3. | 25 September 2023 | Revisi Outline Penelitian | |
| 4. | 25 Oktober 2023 | Bimbingan proposal skripsi | |
| 5. | 26 Oktober 2023 | ACC Bab I-III (Sempro) | |
| 6. | 22 Februari 2024 | Revisi Bab I – III | |
| 7. | 15 Maret 2024 | Bimbingan skripsi Bab IV – V | |
| 8. | 31 Maret 2024 | Revisi Bab IV -V | |
| 9. | 30 April 2024 | Bimbingan keseluruhan Bab I-V dan revisi | |
| 10. | 3 Mei 2024 | ACC Skripsi | |

Malang, 03 Mei 2024
Mengetahui,
Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Dr. Fakhruddin, M.HI
NIP. 197408192000031002

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi saudara Alfira Rosa Damayanti, NIM 200202110114, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**PENGAWASAN PENCANTUMAN LABEL BAHASA INDONESIA PADA
PEREDARAN BARANG DAN PRODUK TEKSTIL
(STUDI DI DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN PROVINSI
JAWA TIMUR UPT PERLINDUNGAN KONSUMEN MALANG)**

Telah dinyatakan lulus dalam sidang ujian skripsi yang dilaksanakan pada tanggal 13 Juni 2024,

Dengan Penguji:

1. Dr. Khoirul Hidayah, M.H.
NIP. 197805242009122003

()
Sekretaris

2. Dr. Musataklima, M.SI.
NIP. 198304202023211012

()
Ketua

3. Dr. H. Noer Yasin, M.HI.
NIP. 196111182000031001

()
Penguji Utama

Malang, 19 Juni 2024



Dr. H. Noer Yasin, M.HI.
NIP. 196111182000031001

MOTTO

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ ﴿٣٨﴾

“Setiap orang bertanggungjawab atas apa yang telah dilakukannya.”

(QS. Mudassir : 38)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, yang telah memberikan rahmat dan pertolongan penulisan skripsi yang berjudul: "Pengawasan Pencantuman Label Bahasa Indonesia Pada Peredaran Barang Dan Produk Tekstil (Studi di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur UPT Perlindungan Konsumen Malang)" dapat kami selesaikan dengan baik. Shalawat dan salam kita haturkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah memberikan uswatun hasanah kepada kita dalam menjalani kehidupan ini secara syar'i. Dengan mengikuti beliau, semoga kita tergolong orang-orang yang beriman dan mendapatkan syafaatnya di hari akhir kiamat. Amiin.

Dengan segala pengajaran, bimbingan/pengarahan, serta bantuan layanan yang telah diberikan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tiada taranya kepada:

1. Prof. Dr. Zainuddin, M.A, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang,
2. Prof. Dr. Sudirman Hasan, M.A. CHARM, selaku Dekan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang,
3. Fakhruddin, M.A, selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang,
4. Hersila Astari Pitaloka, M.Pd., selaku dosen wali penulis selama menempuh kuliah di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Terimakasih penulis haturkan kepada beliau telah memberikan bimbingan, saran, serta motivasi selama menempuh perkuliahan,

5. Dr. Khoirul Hidayah, M.H, selaku dosen pembimbing penulis yang telah mencurahkan waktu untuk memberikan pengarahan dan motivasi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Kepada seluruh dewan penguji, yang telah memberi kritik yang membangun serta memberikan pengarahan dalam menyempurnakan kekurangan pada skripsi ini.
7. Segenap dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan pembelajaran kepada kami semua. Dengan niat ikhlas, semoga amal mereka menjadi bagian dari ibadah untuk mendapatkan ridha Allah SWT
8. Staff dan karyawan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, atas pelayanan yang diberikan dalam membantu proses administrasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Bapak Taryono, ST., MM dan Bapak Dhiskha Kurniawan, selaku seksi pengawasan UPT Perlindungan Konsumen, terimakasih atas kesempatan yang telah diberikan untuk melakukan penelitian di bidang pengawasan pencantuman label bahasa Indonesia di bidang textil pada UPT Perlindungan Konsumen Malang
10. Kepada ibu saya Ibu Kartini, selaku orang yang paling berjasa dalam hidup penulis. Terimakasih atas support, doa serta kasih sayangnya, hingga penulis bisa sampai pada tahap ini. Semoga lelahmu menjadi lillah, semoga senantiasa diberikan kesehatan dan umur yang panjang, karna masih banyak hal

membanggkan yang ingin penulis tunjukan. Berkah dan semoga selalu dilancarkan segala urusannya.

11. Kedua adik saya, Ayskha Dwi Kustantini dan Adzra Hafizah Zaidah yang menjadi mensupport jalannya segala kegiatan penulis.
12. Kepada teman-teman penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih selalu mendengarkan keluh kesah penulis tanpa pamrih, terimakasih selalu ada dan terus mensupport masa-masa perkuliahan ini. Sehat selalu dan semoga dilancarkan segala urusannya.
13. Dan teruntuk penulis sendiri, terimakasih selalu kuat dan terimakasih sudah berani bertahan sampai sejauh ini. Semoga senantiasa diberikan kemudahan pada segala usahamu kedepannya, semoga halang rintangan diperjalan kelak dapat terlewati dengan bijak, aamiin. Sukses selalu.

Malang, 20 Juni 2024



Alfira Rosa Damayanti
NIM 200202110114

PEDOMAN TRANSILITERASI

Dalam penulisan karya ilmiah, penggunaan istilah asing kerap tidak terhindarkan. Secara umum sesuai Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia kata asing ditulis (dicetak) miring. Dalam konteks Bahasa Arab, terdapat pedoman transliterasi khusus yang berlaku internasional. Berikut ini disajikan tabel pedoman transliterasi sebagai acuan penulisan karya ilmiah. Transliterasi Arab-Indonesia Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah berpedoman pada model Library of Congress (LC) Amerika Serikat sebagai berikut:

| Arab | Indonesia | Arab | Indonesia |
|------|-----------|------|-----------|
| أ | ` | ط | ṭ |
| ب | b | ظ | ẓ |
| ت | t | ع | ‘ |
| ث | th | غ | gh |
| ج | j | ف | f |
| ح | ḥ | ق | q |
| خ | kh | ك | k |
| د | d | ل | l |
| ذ | dh | م | m |
| ر | r | ن | n |
| ز | z | و | w |
| س | s | هـ | h |
| ش | sh | ء | ’ |
| ص | ṣ | ي | y |
| ض | ḍ | | |

Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang (madd), maka caranya dengan menuliskan coretan horisontal di atas huruf, seperti ā, ī dan ū. (أ, ي, و). Bunyi hidup double Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf “ay” dan “aw” seperti layyinah, lawwāmah. Kata yang berakhiran tā’ *marbūṭah* dan berfungsi sebagai sifat atau muḍāf ilayh ditransliterasikan dengan “ah”, sedangkan yang berfungsi sebagai muḍāf ditransliterasikan dengan “at”.

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| BUKTI KONSULTASI SKRIPSI..... | iv |
| MOTTO | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| PEDOMAN TRANSILITERASI..... | iiii |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| ABSTRAK | xv |
| ABSTRACT | xvi |
| ملخص البحث | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1. LATAR BELAKANG..... | 1 |
| 2. RUMUSAN MASALAH..... | 9 |
| 3. TUJUAN PENELITIAN..... | 10 |
| 4. MANFAAT PENELITIAN | 10 |
| 5. DEFINISI OPERASIONAL..... | 11 |
| 6. SISTEMATIKA PENULISAN | 13 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 15 |
| 1. PENELITIAN TERDAHULU | 15 |
| 2. KERANGKA TEORI | 18 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| BAB III METODE PENELITIAN | 37 |
| 1. JENIS PENELITIAN | 38 |
| 2. PENDEKATAN PENELITIAN..... | 38 |
| 3. LOKASI PENELITIAN | 39 |
| 4. SUMBER DATA | 39 |
| 5. TEKNIK PENGUMPULAN SUMBER DATA..... | 41 |
| 6. TEKNIK PENGOLAHAN DATA..... | 42 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 44 |
| 1. GAMBARAN UMUM | 44 |
| 2. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 50 |
| 1. BENTUK PENGAWASAN DISPERINDAG PROVINSI JAWA TIMUR UPT PERLINDUNGA KONSUMEN MALANG TERHADAP PENCANTUMAN LABEL BAHASA INDONESIA PADA PEREDARAN BARANG DAN PRODUK TEKSTIL..... | 50 |
| 2. KENDALA DAN UPAYA YANG DIHADAPI DISPERINDAG PROVINSI JAWA TIMUR UPT PERLINDUNGAN KONSUMEN MALANG TERHADAP PENCANTUMAN LABEL BAHASA INDONESIA PADA PEREDARAN BARANG DAN PRODUK TEKSTIL | 60 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 66 |
| 1. KESIMPULAN..... | 66 |
| 2. SARAN..... | 67 |
| DAFTAR PUSTAKA | 68 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 72 |
| LAMPIRAN 1 – SURAT PRA PENELITIAN | 72 |
| LAMPIRAN 2 – SURAT PENELITIAN | 73 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| LAMPIRAN 3 – DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA | 74 |
| LAMPIRAN 4 – DOKUMENTASI WAWANCARA..... | 75 |
| LAMPIRAN 5 – STRUKTUR ORGANISASI UPT PERLINDUNGAN KONSUMEN MALANG..... | 76 |

DAFTAR TABEL

TABEL 1 – PERSAMAAN DAN PERBEDAAN PENELITIAN15

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| LAMPIRAN 1 – SURAT PRA PENELITIAN | 72 |
| LAMPIRAN 2 – SURAT PENELITIAN | 73 |
| LAMPIRAN 3 – DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA..... | 74 |
| LAMPIRAN 4 – DOKUMENTASI WAWANCARA..... | 75 |
| LAMPIRAN 5 – STRUKTUR ORGANISASI UPT PERLINDUNGAN KONSUMEN MALANG..... | 76 |

ABSTRAK

Alfira Rosa Damayanti. 200202110114. 2024. **Pengawasan Pencantuman Label Bahasa Indonesia Pada Peredaran Barang Dan Produk Tekstil (Studi di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur UPT Perlindungan Konsumen Malang)**. Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Dosen Pembimbing: Dr. Khoirul Hidayah, M.H

Kata kunci: Pengawasan, Label Bahasa Indonesia, Barang Beredar.

Kebiasaan konsumtif yang umum terjadi di kalangan masyarakat Indonesia seringkali tidak diimbangi dengan keterampilan dalam meneliti label kemasan produk yang konsumen beli. Terkadang, konsumen terlalu tergoda oleh tawaran promosi atau penampilan produk yang menarik secara visual, tanpa memperhatikan informasi yang lebih mendalam pada label kemasan, hal ini menyebabkan beban pertanggungjawabannya sudah tidak dapat dibebankan kepada pelaku usaha. Sedangkan apabila pelaku usaha yang tidak memberikan informasi secara jelas maka barang tersebut menjadi cacat produk dalam artian cacat informasinya. Pencantuman Label Bahasa Indonesia pada barang dan produk tekstil sangat penting karena dapat menghindarkan kerugian pada konsumen seperti timbulnya alergi dan kegagalan pengembalian barang. Oleh sebab itu pengawasan perlu untuk dilakukan, yang mana wewenang pengawasan ini diamatkan kepada UPT Perlindungan Konsumen, UPT Perlindungan Konsumen merupakan unsur pelaksana teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur yang melaksanakan kegiatan teknis operasional dan/atau kegiatan penunjang tertentu yang berkedudukan di bawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Dinas.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bentuk pengawasan Disperindag Provinsi Jawa Timur UPT Perlindungan Konsumen Malang terhadap pencantuman label Bahasa Indonesia pada peredaran barang dan produk tekstil, kendala yang dihadapi serta upaya yang dilakukan oleh UPT Perlindungan Konsumen Malang. Penelitian ini merupakan penelitian yuridis empiris menggunakan pendekatan lapangan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, kemudian metode pengolahan data dengan tahap reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengawasan UPT Perlindungan Konsumen Malang terhadap pencantuman label Bahasa Indonesia pada peredaran barang dan produk tekstil dilakukan secara berkala, khusus dan terpadu yang dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung (online), dengan metode kasat mata. Kurangnya SDM internal dan juga pengetahuan pelaku usaha menjadi kendala dalam pengawasan yang dilakukan oleh UPT Perlindungan Konsumen Malang, yang dapat diatasi dengan koordinasi dengan Disperindag Jawa Timur serta lebih menggecarkan pembinaan kepada pelaku usaha.

ABSTRACT

Alfira Rosa Damayanti. 200202110114. 2024. **Supervision of Indonesian Language Labeling on the Circulation of Goods and Textile Products (A Study at the Department of Industry and Trade of East Java Province UPT Consumer Protection Malang)**. Thesis. Department of Sharia Economics Law, Faculty of Sharia, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang. Supervisor: Dr. Khoirul Hidayah, M.H.

Keywords: Supervision, Indonesian Language Label, Circulating Goods.

The consumptive habits that are common among Indonesians are often not matched by skills in scrutinizing the packaging labels of the products that consumers buy. Sometimes, consumers are too tempted by promotional offers or visually appealing product appearances, without paying attention to more in-depth information on the packaging label, this causes the burden of responsibility to no longer be borne by business actors. Meanwhile, if business actors do not provide clear information, the goods become defective products in the sense of defective information. The inclusion of Indonesian labels on textile goods and products is very important because it can avoid losses to consumers such as the onset of allergies and failure to return goods. Therefore, supervision needs to be carried out, which is the authority of the Consumer Protection Unit. UPT Consumer Protection is a technical implementing element of the East Java Provincial Industry and Trade Office that carries out operational technical activities and / or certain supporting activities. Which is domiciled under and responsible to the Head of Service.

The purpose of this research is to analyze the form of supervision of the East Java Province Disperindag Consumer Protection UPT Malang on the inclusion of Indonesian labels in the circulation of goods and textile products, the obstacles faced and the efforts made by the UPT Consumer Protection Malang. This research is an empirical juridical research using a field approach. The data collection method used is interviews, then the data processing method with data reduction stages, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this study indicate that the supervision of the Malang Consumer Protection UPT on the inclusion of Indonesian labels in the circulation of goods and textile products is carried out periodically, specifically and integrated which can be carried out directly or indirectly (online), with the visible method. The lack of internal human resources and also the knowledge of business actors are obstacles in the supervision carried out by the Malang Consumer Protection Unit, which can be overcome by coordinating with the East Java Disperindag and intensifying guidance to business actors.

ملخص البحث

ألفيرا روزا دامايانتي ١١٤٠١١٠٢٠٢٠٢٠٢٤. الإشراف على إدراج ملصقات باللغة الإندونيسية على توزيع السلع والمنتجات النسيجية (دراسة في إدارة الصناعة والتجارة في مقاطعة جاوة الشرقية، جامعة حماية المستهلك مالانج). الأطروحة. قسم القانون الاقتصادي الشرعي، كلية الشريعة، كلية الشريعة، الجامعة الإسلامية الحكومية، مولانا مالك إبراهيم مالانج. المشرف: د. خوير الهداية، م. ح.

.الكلمات المفتاحية: الإشراف، التسمية باللغة الإندونيسية، السلع المتداولة

إن العادات الاستهلاكية الشائعة بين الإندونيسيين لا تقابلها في كثير من الأحيان مهارات في التدقيق في ملصقات تغليف المنتجات التي يشتريها المستهلكون. في بعض الأحيان، ينجذب المستهلكون إلى العروض الترويجية أو المظاهر الجذابة للمنتجات، دون الانتباه إلى المعلومات الأكثر عمقاً على ملصق التغليف، وهذا يتسبب في عدم إمكانية فرض عبء المسؤولية على الجهات الفاعلة في قطاع الأعمال. وفي الوقت نفسه، إذا لم تقدم الجهات الفاعلة في قطاع الأعمال معلومات واضحة، تصبح السلع منتجات معيبة بمعنى المعلومات المعيبة. يعد إدراج ملصقات باللغة الإندونيسية على السلع والمنتجات النسيجية أمراً مهماً للغاية لأنه يمكن أن يجنب المستهلكين الخسائر التي قد تلحق بهم مثل ظهور الحساسية وعدم إرجاع البضائع. ولذلك، يجب القيام بالإشراف، حيث يعهد بهذه السلطة الإشرافية إلى مكتب حماية المستهلك في اتحاد حماية المستهلك، واتحاد حماية المستهلك هو عنصر تنفيذي فني تابع لمكتب الصناعة والتجارة في مقاطعة جاوة الشرقية الذي يقوم بأنشطة فنية تشغيلية و/أو بعض الأنشطة الداعمة التي تقع تحت إشراف رئيس الخدمة ومسؤوليته.

الغرض من هذا البحث هو تحليل شكل إشراف اتحاد حماية المستهلك في مقاطعة جاوة الشرقية ديسبيرينداج لحماية المستهلك في مالانج على إدراج الملصقات الإندونيسية في تداول السلع والمنتجات النسيجية، والعقبات التي تواجهها والجهود التي يبذلها اتحاد حماية المستهلك في مالانج. هذا البحث هو بحث قانوني تجريبي باستخدام منهج ميداني. وأسلوب جمع البيانات المستخدم هو المقابلات، ثم أسلوب معالجة البيانات بمراحل اختزال البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن إشراف اتحاد حماية المستهلك في مالانج على إدراج الملصقات الإندونيسية في تداول السلع والمنتجات النسيجية يتم بشكل دوري، وتحديدًا ومتكامل يمكن تنفيذه بشكل مباشر أو غير مباشر (عبر الإنترنت)، بالطريقة غير المرئية. ويشكل نقص الموارد البشرية

الداخلية وكذلك معرفة الجهات الفاعلة في مجال الأعمال التجارية عقبات في الإشراف الذي تقوم به وحدة حماية المستهلك في مالانج، ويمكن التغلب عليها بالتنسيق مع ديسبيرينداغ جاوة الشرقية وتكثيف التوجيه للجهات الفاعلة في مجال الأعمال التجارية.

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Selaku seseorang yang menggunakan barang, konsumen memiliki hak untuk dilindungi secara hukum. Satu diantara perlindungan hukum yang perlu konsumen pahami yakni hak untuk menerima informasi yang jelas, biasanya disampaikan melalui label. Label ialah bagian produk yang memuat keterangan berupa rincian verbal tentang produk atau penjual dari produk tersebut.¹ Definisi label diuraikan secara lengkap pada Peraturan Menteri Perdagangan No. 25 Tahun 2021 tentang Penetapan Barang Yang Wajib Menggunakan Atau Melengkapi Label Bahasa Indonesia, yakni label adalah segala informasi tertulis, visual, atau bentuk lain yang menyediakan detail tentang suatu barang serta informasi mengenai pelaku usaha yang dikemas bersamanya. Informasi ini bisa berupa teks, gambar, atau kombinasi keduanya yang diletakkan di atas, ditempelkan, atau dicetak langsung pada barang atau pada kemasannya.

Label harus dicantumkan dalam Bahasa Indonesia, namun pencantuman ini tidak berlaku pada semua produk. Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2021 tentang Penetapan Barang Yang Wajib Menggunakan Atau Melengkapi Label Berbahasa Indonesia, terdapat 5 klasifikasi produk yang labelnya harus berbahasa Indonesia, yakni:

1. Barang elektronika keperluan rumah tangga, telekomunikasi dan informatika;
2. Barang bahan bangunan;
3. Barang keperluan kendaraan;

¹ Marimus Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 192.

4. Barang tekstil dan produk tekstil, yang akan dibahas dalam penelitian ini;
5. Daftar jenis barang lainnya.

Kebiasaan konsumtif yang umum terjadi di kalangan masyarakat Indonesia seringkali tidak diimbangi dengan keterampilan dalam meneliti label kemasan produk yang konsumen beli. Terkadang, konsumen terlalu tergoda oleh tawaran promosi atau penampilan produk yang menarik secara visual, tanpa memperhatikan informasi yang lebih mendalam pada label kemasan.

Hal ini selaras dengan fakta di lapangan yang menyatakan bahwa konsumen cenderung kurang sadar akan pentingnya informasi yang tertera pada label produk. Hal ini disebabkan oleh budaya literasi masyarakat Indonesia yang masih kurang, selaras dengan itu UNESCO menyebutkan bahwa Indonesia berada di urutan kedua terendah soal literasi dunia, yang berarti keinginan baca masyarakatnya sangat kurang. Menurut data UNESCO, kecenderungan baca masyarakat Indonesia berada ditingkat mengawatirkan, sebab dari keseluruhan penduduknya hanya 0,001% orang saja yang gemar membaca. Maknanya, dari seribu orang yang tinggal di Indonesia, satu orang saja yang rajin atau menyukai membaca,² sehingga hal ini menyebabkan kebiasaan seperti membaca panduan atau informasi terkait barang yang akan dibeli sering kali terabaikan.

Biasanya konsumen baru peka atau sadar tentang pentingnya meneliti label setelah konsumen mengalami kerugian, hal ini menyebabkan beban pertanggungjawabannya sudah tidak bisa dibebankan kepada pelaku usaha.

² Evita Defega, "Teknologi Masyarakat Indonesia: Malas Baca Tapi Cerewet di Medsos", *Kominfo*, 10 Oktober 2017, diakses 13 November 2023, https://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan_media

Berbanding terbalik ketika produsen memberi informasi yang tidak jelas, maka dapat dianggap sebagai bentuk cacat produk yang mana dikenal juga dengan cacat informasi. Cacat informasi ini bisa mendatangkan kerugian terhadap konsumen apabila hal ini terjadi. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) tidak memiliki definisi yang jelas tentang produk cacat, namun BPHN Republik Indonesia mendefinisikan apa yang dimaksud dengan produk cacat tersebut sebagai produk-produk yang belum menyempurnakan fungsi peruntukannya, sebab kelalaian ataupun kesalahan dalam proses pembuatannya, atau karena faktor lain yang terjadi pada saat pendistribusiannya. Dalam artian lain, produk/barang yang melanggar standar keamanannya serta menimbulkan risiko terhadap individu atau properti apabila digunakan sebagaimana mestinya.³ KUHPerdara turut menjabarkan maksud dari cacat produk, khususnya cacat tersembunyi. Cacat tersembunyi mengacu pada cacat yang mempengaruhi fungsi dan kesesuaian suatu produk untuk peruntukannya. Penjelasan terkait cacat produk dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata tercakup pada Pasal 1504 sampai Pasal 1512 KUH Perdata.

Pasal 8 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen huruf (j) menyatakan perusahaan tidak diperbolehkan membuat atau menjual barang dan jasa yang belum mengandung instruksi dan panduan penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan hukum yang berlaku. Selain itu, produsen tidak boleh memproduksi atau menjual barang dan jasa tanpa memasang label atau mencantumkan keterangan tentang karakteristik produk yang

³ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar* (Jakarta: Diadit Media, 2001), 94.

memuat nama barang, ukuran, nama barang, berat/isi bersih/netto, aturan pakai, komposisi, tanggal pembuatan, efek samping, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain yang dipandang perlu untuk dicantumkan selaras dengan ketentuan yang ada.

Keterangan di atas beranjak dari fenomena yang ada di pasaran yang mana masih banyak produk yang pencantuman labelnya belum sesuai standar, beberapa contohnya yakni:

1. Masalah bahasa sangat penting dalam hal perlabelan, selain kelengkapan informasi. Banyak produk makanan yang memiliki label lengkap tetapi konsumen tidak mendapatkan informasi yang dibutuhkan, dalam artian informasi yang disampaikan tidak tersampaikan atau tidak dimengerti konsumen. Hal ini terjadi akibat banyak produk impor yang dipasarkan di dalam negeri, namun dijual dalam bahasa negara asalnya, seperti produk-produk yang berasal atau menggunakan bahasa China, Korea, atau Jepang. Salah satu hak konsumen adalah hak atau informasi, sebagaimana didefinisikan dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Informasi tentang barang sangat penting bagi konsumen, informasi ini dapat berupa kesediaan, kualitas, keamanan, harga, persyaratan dan cara menggunakan, jaminan atau garansi produk, dan informasi lainnya yang berkaitan dengan label. Hal yang terpenting, informasi dalam label harus diberikan dalam Bahasa Indonesia agar

mudah dipahami dan digunakan sesuai ketentuan yang termaktub dalam Undang-Undang tentang Pangan dan Peraturan Pemerintah.⁴

2. Maraknya keberadaan pedagang pakaian impor bekas, yang mana seperti yang kita ketahui hal ini merupakan perbuatan ilegal. Sebab beberapa faktor penting seperti kebersihan dan pelabelan produknya berstatus tidak jelas serta dapat menghambat perekonomian Indonesia.⁵
3. Banyak pelaku usaha yang tidak mengetahui tanggung jawab untuk menyertakan label dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan yang diatur pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2021 tentang Penetapan Barang Yang Wajib Menggunakan Atau Melengkapi Label Berbahasa Indonesia. Umumnya Pelaku bisnis mengabaikan penggunaan bahasa yang tercantum pada label produk saat mengambilnya dari agen, sedangkan ketika distribusi produsen hanya menginginkan produk yang diminati banyak orang dan harganya yang murah, yang memungkinkan pelaku usaha menghasilkan keuntungan yang besar dari penjualan.⁶

Produk impor ketika dipasarkan di dalam negeri wajib sudah berlabel Bahasa Indonesia begitu pula dengan produk lokal. Beberapa faktor diatas menunjukkan

⁴ Nadila Novalyn Karim, Mutia Ch. Thalib, Julius T. Mandjo, "Penghambat Pencantuman Label Terhadap Produk Makanan Dan Minuman Impor Yang Tidak Berlabel Bahasa Indonesia", *Jurnal of Comprehensive Science*, Vol. 2 Nomor 6 Juni 2023, 1480 <https://jcs.greenpublisher.id/index.php/jcs/article/download/366/359>

⁵ Dhea Ananda Adam, Nirwan Junus, Julius T. Mandjo, Muhammad Khairun Kurniawan Kadir, Karlin Z. Mamu, "Problematika Perlindungan Terhadap Konsumen Pakaian Bekas", *Jurnal Ganec Swara* Vol. 18, Nomor 1 (2024), 155-162 https://www.researchgate.net/publication/378724756_Problematika_Perlindungan_Terhadap_Konsumen_Pakaian_Bekas

⁶ Rizki Khair Harahap, "Akibat Hukum Tidak Mencantumkan Label Bahasa Indonesia Pada Barang Elektronik Bagi Pelaku Usaha (Studi Di Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kota Medan)", Skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/12155>

bahwa terdapat gap dalam mewujudkan perlindungan konsumen, sehingga membuat kedudukan konsumen dalam masyarakat menjadi lebih rentan dibandingkan dengan pelaku usaha.⁷ Terlebih dalam produk tekstil, label berbahasa Indonesia pada produk tekstil mempunyai kedudukan yang sangat krusial dalam memberikan konsumen informasi yang jelas dan memadai. Oleh karena keberadaan label bahasa Indonesia, konsumen dapat dengan mudah memahami bahan, cara perawatan, instruksi penggunaan, serta informasi lainnya berhubungan dengan produk/barang tekstil. Hal ini dapat menyokong konsumen dalam menentukan produk yang lebih baik ketika menggunakan dan memilih produk/barang tekstil yang selaras dengan keperluan konsumen. Selain itu, label bahasa Indonesia juga berkontribusi pada perlindungan konsumen, karena konsumen mempunyai hak untuk memperoleh informasi yang tepat serta dapat dipahami tentang barang yang dikonsumsi oleh konsumen.

Ketidakadaan label Berbahasa Indonesia pada produk tekstil dapat menjadi masalah serius karena dapat menghadirkan berbagai risiko bagi konsumen. Tanpa label yang jelas dan informatif dalam bahasa Indonesia, konsumen akan kesulitan untuk memahami instruksi perawatan, komposisi bahan yang dipakai dalam produk, dan data penting lainnya yang berkaitan dengan keamanan serta kualitas produk. Hal ini dapat mengakibatkan penggunaan yang salah, potensi alergi atau iritasi kulit karena tidak mengetahui komposisi bahan, serta ketidakmampuan untuk mengidentifikasi produk yang tidak aman. Selain itu, kekurangan label bahasa

⁷ Jihan Sulistia Nabila dan Rani Apriani, "Aturan Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Label Yang Mencakup Suatu Produk", *Legal Spirit*, Volume 6, (2), Desember 2022: 240 <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/jhls/>

Indonesia juga dapat merugikan konsumen dalam hal pertukaran atau pengembalian produk yang cacat atau tidak sesuai.

Oleh sebab itu pengawasan sangat dibutuhkan disini, pengawasan selain berfungsi untuk mengawasi peredaran barang di pasaran juga dapat menjadi sarana untuk mengedukasi masyarakat khususnya pelaku usaha. Perlindungan konsumen dilaksanakan secara pencegahan (*preventif*) dan penindakan (*represif*). Perlindungan pencegahan (*preventif*) dilaksanakan dengan memberi tahu konsumen sebelum mereka mendapati kerugian atau kesakitan karena mengonsumsi atau menggunakan barang dan/atau layanan, melalui upaya edukasi konsumen yang beragam. Perlindungan *represif* dilakukan setelah konsumen mendapati kerugian atau kesakitan sebab mengonsumsi atau memakai barang dan/atau jasa lewat jaminan/garansi khusus yang diberikan kepada pelanggan. Jaminan ini berupa kepastian hukum yang berbentuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen, juga diadakan instansi perlindungan konsumen yang gampang untuk dijangkau konsumen guna mengutarakan keluhan atau kemudharatan yang didapati.

Melalui ke-2 bentuk perlindungan diatas, pastinya alangkah lebih baik jika konsumen bisa mendapat perlindungan secara preventif sebelum konsumen mendapati kemudharatan atau kesakitan. Untuk mencapainya, peningkatan pengetahuan konsumen dalam masyarakat harus diupayakan dengan memberikan pengetahuan secara langsung kepada beragam komunitas konsumen pada lokasi yang strategis. Tindakan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai hak dan tanggung jawab mereka sebagai konsumen serta membantu mereka membuat keputusan yang terbaik untuk diri sendiri dan lingkungan.

Berdasarkan Pasal 1 ayat (6) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 Tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa ialah serangkaian tindakan yang dijalankan oleh pengawas untuk memastikan standar kualitas serta penerapan praktik pencantuman label dalam Bahasa Indonesia, informasi kegunaan, garansi, cara menjual, cara mengiklan, garansi yang disepakati serta klausula baku. Dalam penelitian ini pengawasan dikhususkan pada pengawasan pencantuman label dalam Bahasa Indonesia.

Sedangkan wewenang untuk melakukan pengawasan barang beredar dan/atau jasa dipangku oleh Unit Pelaksana Teknis Perlindungan Konsumen di Jawa Timur yang mana tidak terlepas dari berlakunya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, pada pembagian urusan pemerintahan bidang perdagangan sub urusan standardisasi dan perlindungan konsumen yang menyatakan bahwa perwujudan kegiatan perlindungan konsumen serta pengawasan barang beredar dan jasa yang sebelumnya merupakan wewenang Pemerintah Kabupaten dan Kota beralih kewenangannya ke Pemerintah Provinsi dalam hal ini berada pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur.

Dimana pada praktiknya wewenang ini diamatkan kepada UPT Perlindungan Konsumen, Unit Pelaksana Teknis Perlindungan Konsumen adalah bagian dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur yang bertugas melaksanakan kegiatan operasional dan/atau kegiatan penunjang tertentu, yang secara hierarkis berada di bawah pengawasan langsung Kepala Dinas. UPT Perlindungan Konsumen bertanggung jawab atas sebagian tugas Dinas, termasuk pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha, pengawasan barang beredar, jasa, dan

tertib niaga, layanan masyarakat dan ketatausahaan dan terletak di 5 (lima) Kabupaten dan Kota dengan mempunyai wilayah kerja masing-masing, yakni UPT Perlindungan Konsumen Malang, Surabaya, Bojonegoro, Jember dan Kediri. (Penelitian ini dilakukan di UPT Perlindungan Konsumen Malang)

Maka dari itu, peneliti berminat untuk melakukan penelitian topik ini karena ditemukan permasalahan dalam mewujudkan perlindungan konsumen, yang mana masih banyak ditemukan jenis produk tekstil yang belum memenuhi standar pencantuman label Bahasa Indonesia, sehingga peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengawasan Pencantuman Label Bahasa Indonesia Pada Peredaran Barang Dan Produk Tekstil (Studi Pada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur UPT Perlindungan Konsumen Malang)”**.

2. Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, permasalahan dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk pengawasan Disperindag Provinsi Jawa Timur UPT Perlindungan Konsumen Malang terhadap pencantuman label Bahasa Indonesia pada peredaran barang dan produk tekstil?
2. Bagaimana kendala dan langkah yang dihadapi Disperindag Provinsi Jawa Timur UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam melakukan pengawasan terhadap pencantuman label Bahasa Indonesia pada peredaran barang dan produk tekstil?

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas maka penelitian ini memiliki tujuan yakni sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bentuk pengawasan Disperindag Provinsi Jawa Timur UPT Perlindungan Konsumen Malang terhadap pencantuman label Bahasa Indonesia pada peredaran barang dan produk tekstil
2. Untuk menganalisis kendala dan langkah yang dihadapi Disperindag Provinsi Jawa Timur UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam melakukan pengawasan terhadap pencantuman label Bahasa Indonesia pada peredaran barang dan produk tekstil

4. Manfaat Penelitian

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan manfaat baik bagi penulis maupun pembaca. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini akan menghadirkan kontribusi ilmiah dan digunakan oleh mahasiswa, guru serta praktisi di bidang hukum untuk menulis karya tulis ilmiah yakni terkait Pengawasan Pencantuman Label Bahasa Indonesia Pada Peredaran Barang Dan Produk Tekstil

2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil dari penelitian ini bisa menambah pengetahuan masyarakat serta bisa meninggalkan anjuran yang bermanfaat dalam pengaplikasian hukum pengawasan dalam pencantuman label bahasa indonesia pada peredaran barang dan produk tekstil.

5. Definisi Operasional

Definisi Operasional digunakan untuk membatasi topik bahasan dalam penelitian. Kerangka konseptual pada dasarnya membentuk definisi operasional yang akan dimanfaatkan peneliti guna menyelaraskan pendapat. Berikut beberapa definisi tersebut yakni:

1. Pengawasan

Pengawasan ialah rangkaian tindakan yang dilaksanakan oleh petugas pengawas untuk mengonfirmasi bahwa barang beredar dan/atau jasa telah melengkapi standar kualitas pembuatan, termasuk petunjuk penggunaan, label dalam bahasa Indonesia, cara menjual, iklan, jaminan layanan purna, perjanjian dan/atau garansi yang telah disetujui, dan/atau ketentuan standar yang telah disepakati.⁸ Yang mana pada penelitian ini pengawasan yang akan dibahas merupakan lingkup pengawasan pada pencantuman label Bahasa Indonesia pada produk pakaian.

2. Label

Label merujuk pada segala informasi tentang barang dalam bentuk tulisan, gabungan gambar dan tulisan, atau format lain yang memberikan pengetahuan tentang barang tersebut serta informasi tentang pemiliknya, dan informasi tambahan yang dimasukkan ke dalamnya, ditempelkan, ditempelkan, atau tercetak pada produk/barang atau dimasukkan ke dalam kemasan barang.⁹

⁸ Pasal 1 angka 16 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa

⁹ Pasal 1 angka 9 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa

Biasanya label pada pakaian dicetak pada pita satin maupun katun, yang menginformasikan terkait merk brand, ukuran pakaian, komposisi bahan yang digunakan, panduan cara pencucian, asal produksi pakaian, dan lain sebagainya.

3. Barang Beredar

Barang beredar dan/atau layanan merujuk pada barang-barang dan/atau layanan yang diperdagangkan, atau dijual, ditawarkan, diiklankan, di pasar umum, pusat perbelanjaan, supermarket, dan/atau tempat perdagangan lainnya dengan tujuan untuk diperoleh, digunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen; termasuk barang-barang yang disimpan di gudang atau tempat penyimpanan lainnya di wilayah Republik Indonesia, baik yang diproduksi di dalam negeri maupun barang dari luar negeri.¹⁰ Terhadap barang beredar sendiri perlu dilakukan pengawasan guna menjaga mutu serta kualitas barang, hal ini disebabkan untuk mewujudkan aspek perlindungan konsumen. Pengawasan barang beredar akan dilakukan terhadap Standar mutu produksi, , Petunjuk Penggunaan, pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia, Cara Menjual, pengiklanan, jaminan Layanan Purna Jual, klausula baku dan/atau jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau diperjanjikan.

4. Tekstil

Material seperti serat, benang berfilamen, kain lembaran, dan produk yang memakai kain lembaran sebagai bahan atau bahan tambahan

¹⁰¹⁰ Pasal 1 angka 3 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa

diklasifikasikan sebagai tekstil dan barang tekstil, sering disebut juga dengan TPT.¹¹ Menurut Peraturan Menteri Perdagangan No. 25 Tahun 2021 tentang penetapan barang yang wajib menggunakan atau melengkapi label bahasa Indonesia, yang termasuk dalam barang tekstil dan produk tekstil yakni sebagai berikut:

- a. Pakaian jadi lelaki, wanita, anak dan bayi serta pakaian jadi tekstil lainnya
- b. Kain jadi, kain yang terbuat dari kain rajutan
- c. Benang jahit
- d. Pakaian dalam
- e. Perabot rumah tangga seperti karpet, jaring nyamuk, sprei, kain pel, dan lain sebagainya
- f. Barang tekstil lain seperti jersey, pullover, cardigan, rompi, pakaian renang, mantel, dan lain sebagainya
- g. Aksesoris pakaian jadi seperti syal, scraf, mantila, veil, sapu tangan, dasi, dan lain sebagainya.

6. Sistematika Penulisan

Pada sistematika ini yang dibahas pada penelitian normative ini, terbagi ke dalam 4(empat) bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

¹¹ Pasal 1 angka 1 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 77 Tahun 2019 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 85/M-Dag/Per/10/2015 Tentang Ketentuan Impor Tekstil Dan Produk Tekstil

Bab ini mencakup sub-bab yang diuraikan yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini mencakup konsep atau pemikiran yuridis yang berlaku sebagai landasan teoritis sebagai bahan guna mengkaji serta menganalisis dari permasalahan yang akan diteliti serta juga mencakup informasi dan/atau perkembangan, baik secara inti ataupun metode yang sesuai dengan isu atau permasalahan pada penelitian. Jadi konsep dan teori-teori tersebut sebagai landasan yang dipergunakan untuk menganalisa pada tiap masalah yang dipakai pada penelitian ini.

BAB III : PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan mengenai bahan hukum yang telah ditemukan, selanjutnya menggunakan analisis yaitu teknis analisis reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis yang dilaksanakan dengan berpegangan dengan pendekatan perundang-undangan, pendekatan kasus serta pendekatan konseptual.

BAB IV : PENUTUP

Bab ini menguraikan kesimpulan pada riset skripsi. Sekaligus mencantumkan saran penelitian guna disampaikan kepada pengelola prodi HES, kepada instansi pemerintahan, kepada pelaku usaha, kepada konsumen, kepada UPT Perlindungan Konsumen Malang, dan khususnya penelitian ini untuk mahasiswa HES yang kajian topik yang sama pada masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dengan tema pengawasan terhadap barang beredar sebagai wujud penegakkan perlindungan konsumen telah banyak dilakukan, namun penelitian dengan fokus bahasan pada pengawasan pencantuman label Bahasa Indonesia pada peredaran barang dan produk tekstil belum pernah dilakukan. Pada tabel 1 berikut disajikan ringkasan penelitian-penelitian terdahulu dengan tema kajian pengawasan terhadap barang beredar sebagai wujud penegakkan perlindungan konsumen.

Tabel 1 Ringkasan kesamaan dan perbedaan dari penelitian sebelumnya.

| No | Nama Peneliti Dan Judul Penelitian | Bentuk Penelitian | Perbedaan | Persamaan |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| 1. | Dwi Putri Apriliyanti, 2021, Fungsi Pengawasan Upt. Perlindungan Konsumen Medan Dalam Peredaran Makanan Kemasan Di Kota Medan | Skripsi | Objek penelitian yang berbeda, yang mana penelitian terdahulu membahas tentang fungsi pengawasan UPT. PK terhadap peredaran makanan kemasan sedangkan penelitian ini pengawasan UPT. PK terhadap label berbahasa Indonesia | Pengawasan UPT. Perlindungan Konsumen |

| | | | | |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| 2. | Euis Nur Atikah, 2019, Pengawasan Pemerintah Terhadap Peredaran Produk Impor Tanpa Label Bahasa Indonesia Pada Barang Di Dki Jakarta Tahun 2016-2018 | Skripsi | Objek penelitian yang berbeda, yang mana penelitian terdahulu membahas tentang pengawasan pemerintah sedangkan penelitian ini membahas pengawasan yang dilakukan oleh UPT PK | Pengawasan terhadap label Bahasa Indonesia |
| 3. | Nur Indah Pratiwi, 2021, Pengawasan Dinas Perdagangan Terhadap Peredaran Produk Impor Tanpa Label Bahasa Indonesia Di Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan | Skripsi | Objek penelitian yang berbeda, yang mana penelitian terdahulu membahas tentang pengawasan yang dilakukan oleh dinas perdagangan, sedangkan penelitian ini pengawasan dilakukan oleh UPT PK | Pengawasan terhadap label Bahasa Indonesia |
| 4. | Eny Kusdarwati, 2021, Pelaksanaan Pengawasan Barang Terkait Keamanan, Keselamatan, Kesehatan, Dan Lingkungan Hidup (K3L) Tahun 2020 | Jurnal | Objek penelitian yang berbeda, yang mana penelitian terdahulu membahas tentang pengawasan terhadap produk SNI, sedangkan penelitian ini membahas | Pengawasan Barang |

| | | | | |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| | | | tentang label Bahasa Indonesia | |
| 5. | Jihan Sulistia Nabila, Rani Apriani, 2022, Aturan Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Label Yang Mencakup Informasi Suatu Produk | Jurnal | Objek penelitian yang berbeda, yang mana penelitian terdahulu membahas tentang aturan penggunaan label Bahasa Indonesia, sedangkan penelitian ini membahas pengawasan terhadap label Bahasa Indonesia pada barang dan produk tekstil | Label Bahasa Indonesia |
| 6. | Made Isma Amanda Swadesi, I Nyoman Putu Budiarta Dan Ni Made Puspasutari Ujianti, 2021, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Label Berbahasa Asing Dalam Suatu Produk Kosmetik | Jurnal | Objek penelitian yang berbeda, yang mana penelitian terdahulu membahas tentang perlindungan konsumen terhadap label berbahasa Indonesia, sedangkan penelitian ini membahas pengawasan terhadap label Bahasa Indonesia pada barang dan produk tekstil | Perlindungan hukum terhadap label |

| | | | | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| 7. | Nadila Novalyn Karim, Mutia Ch. Thalib, Julius T. Mandjo, 2023, Penghambat Pencantuman Label Terhadap Produk Makanan Dan Minuman Impor Yang Tidak Berlabel Bahasa Indonesia | Jurnal | Objek penelitian yang berbeda, yang mana penelitian terdahulu membahas tentang hambatan dalam pencantuman label Bahasa Indonesia terhadap produk makanan dan minuman, sedangkan penelitian ini membahas pengawasan UPT PK terhadap label Bahasa Indonesia pada barang dan produk tekstil | Pencantuman Label Bahasa Indonesia |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|

2. Kerangka Teori

A. Perlindungan Konsumen

Semua langkah yang menjamin kejelasan hukum untuk melindungi konsumen disebut perlindungan konsumen. Pembahasan terkait perlindungan konsumen tentunya berkaitan dengan tanggung jawab beberapa pihak yakni organisasi konsumen, pelaku usaha, pemerintah serta konsumen itu sendiri. Keempat unsur ini memiliki andilnya masing-masing, sehingga tanpa

kehadiran keempat unsur ini maka akan sulit untuk melaksanakan perlindungan konsumen.¹²

1) Konsumen

Pengertian konsumen terdapat pada Pasal 1 angka 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yakni Konsumen adalah individu yang menikmati, membeli, atau menggunakan suatu barang atau jasa untuk kepentingan pribadi, kelompok, atau makhluk hidup lainnya.

Menurut Az. Nasution, terdapat batasan sebuah konsumen, diantaranya:¹³

- a) Konsumen ialah individu yang mendapat barang atau jasa dimanfaatkan guna keperluan tertentu.
- b) Konsumen antara ialah individu yang mempunyai barang dan jasa guna dimanfaatkan dengan maksud memproduksi barang dan/jasa lain atau guna diperdagangkan (tujuan komersial).
- c) Konsumen akhir ialah tiap orang alami yang memakai dan membeli barang/jasa guna mencukupi kebutuhan hidup pribadi, keluarga dan/atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non-komersial).

¹² Ahmadi Miru, dan Sutarnan Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), 110.

¹³ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen sebagai Pengantar* (Jakarta: Diadit Media, 2002), 13.

2) Hak dan Kewajiban Konsumen

Pasal 4 pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai hak-hak yang dimiliki oleh konsumen. Hak konsumen ialah:

- 1) Hak atas keselamatan, keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan barang dan/atau jasa;
- 2) Hak untuk merujuk barang dan/atau jasa dan memperoleh barang dan/atau jasa selaras dengan harga dan jaminan yang dijanjikan serta kondisi;
- 3) Hak untuk mendapatkan informasi yang akurat, transparan, dan jujur tentang jaminan serta kondisi barang dan/atau layanan;
- 4) Hak untuk didengarkan opini serta keluh kesahnya atas barang dan/atau jasa yang dipakai;
- 5) Hak untuk memperoleh nasihat atau pembelaan, perlindungan, dan usaha penyelesaian perselisihan perlindungan konsumen dengan cara yang memadai.;
- 6) Hak untuk memperoleh pendidikan dan pembinaan konsumen;
- 7) Hak untuk mendapatkan layanan yang jujur, adil, dan tanpa diskriminasi;
- 8) Hak untuk memperoleh penggantian, ganti rugi dan/atau pembayaran, jika barang dan/atau jasa yang didapatkan tidak selaras dengan perjanjian atau tidak sebagaimana kondisi aslinya;
- 9) Hak-hak yang disusun dalam regulasi lainnya.

Dan ada 4 hak dasar tentang perlindungan konsumen yang dilegalkan secara Internasional yang mana mengacu pada *John F. Kennedy* pada *Consumer's Bills of Right 1962*, di dalam pidato kenegaraan pada kongres, yakni:¹⁴

- 1) Hak atas keselamatan (*The right to safety*)
- 2) Hak untuk menerima informasi (*The right to be informed*)
- 3) Hak untuk memilih (*The right to choose*)
- 4) Hak untuk didengarkan (*The right to be heard*)

Kewajiban-kewajiban konsumen diatur dalam Pasal 5 dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yakni:

- 1) Mempelajari dan memahami petunjuk tentang bagaimana barang dan/atau jasa digunakan atau dimanfaatkan secara aman dan selamat;
 - 2) Bersikap jujur saat memberi barang dan/atau jasa;
 - 3) Melakukan pembayaran sesuai dengan harga yang telah disetujui.;
 - 4) Turut serta dalam penyelesaian perselisihan perlindungan konsumen dengan cara yang adil.
- 3) Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Pasal 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menjelaskan terkait asas-asas dan prinsip dalam perlindungan konsumen, yakni:

”Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.”

¹⁴ AW trulstrup, *The Consumers in American Society, Personal and Family Finance*, Ed 5, (New York: Mc Graw Hill, 1974), 23.

- 1) Asas manfaat bertujuan untuk menjabarkan setiap upaya dalam menjalankan perlindungan konsumen harus menghasilkan manfaat yang maksimal bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- 2) Asas keadilan bertujuan guna mendapat partisipasi penuh dari seluruh masyarakat dapat diperoleh secara optimal, memberikan kesempatan bagi konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh hak dan menjalankan kewajibannya secara adil.
- 3) Asas keseimbangan bertujuan guna mengimbangi antara kebutuhan konsumen, produsen, dan pemerintah dalam segala aspek, baik secara materiil maupun spiritual.
- 4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen bertujuan untuk menjamin keselamatan dan keamanan konsumen saat menggunakan barang dan/atau layanan yang mereka konsumsi atau gunakan..
- 5) Asas kepastian hukum bertujuan agar antara produsen dan konsumen mematuhi hukum serta mendapatkan keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Sedang tujuan yang akan dicapai dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, tertuang dalam Pasal 3 yakni:

- 1) Mengembangkan kemampuan, kemandirian dan kesadaran konsumen untuk melindungi diri;

- 2) Menyokong martabat konsumen dengan melindungi mereka dari konsekuensi negatif dari penggunaan barang dan/atau jasa;
 - 3) Mengembangkan kemampuan konsumen untuk menentukan, memilih dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
 - 4) Membangun suatu kerangka perlindungan bagi konsumen yang menekankan kejelasan hukum, transparansi informasi, dan kemudahan akses terhadap keterangan yang diperlukan ;
 - 5) Memperkuat kesadaran pelaku usaha akan perlunya perlindungan konsumen, yang kemudian mendorong terbentuknya perilaku yang bertanggung jawab dan jujur dalam menjalankan usaha;
 - 6) Merangsang peningkatan mutu barang dan/atau layanan untuk menjamin berlanjutnya produksi, serta memperhatikan aspek-aspek seperti keamanan, keselamatan, kesehatan, dan kenyamanan konsumen.
- 4) Pelaku Usaha/Produsen

Pelaku usaha merupakan elemen kunci dalam konteks perlindungan konsumen, sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 1 angka 3 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yakni pelaku usaha ialah individu atau badan usaha, dalam bentuk badan hukum maupun bukan, yang didirikan dan melakukan aktivitas usaha pada lingkup negara Republik Indonesia, baik secara individu maupun bersama-sama melalui perjanjian untuk melakukan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Dalam konteks ini, pelaku usaha merujuk kepada distributor, korporasi, importir, koperasi, perusahaan, BUMN, pedagang dan sejenisnya. Definisi pelaku usaha yang tercantum dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mempunyai cakupan yang besar pengecer, termasuk, pemasok, grosir dan sebagainya. Konsep ini mirip dengan pengertian pelaku usaha di belanda, yang merujuk pada pembuat produk jadi, produsen bahan baku yang mengidentifikasi dirinya dengan nama atau merek tertentu, baik sebagai individu maupun badan hukum. Namun, konsep produsen ini tidak mencakup eksportir atau pelaku usaha dari luar negeri, karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen hanya membatasi pada individu atau badan usaha yang beroperasi di bawah yurisdiksi hukum Indonesia, baik itu pada bentuk badan hukum atau kegiatan usaha.¹⁵

Sementara itu, hak-hak produsen bisa diketahui dalam faktor-faktor yang meluputkan pelaku usaha dari tanggung jawab terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen, meskipun kerusakan muncul akibat cacat pada produk, yakni ketika:¹⁶

- 1) Produk tersebut pada kenyataannya tidak dijual belikan
- 2) Cacat muncul pada masa yang akan datang
- 3) Cacat muncul setelah barang ada di luar kendali produsen
- 4) Barang yang dibuat secara mandiri bukan untuk keperluan produksi

¹⁵ Ahmadi Miru, dan Sutarnan Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), 8-9.

¹⁶ Celina Tri Kristianti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), 42.

5) Cacat muncul karena pengusaha telah mematuhi ketentuan yang telah ditetapkan.

5) Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah menetapkan terkait hak pelaku usaha, yakni terdapat pada Pasal 6 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yakni sebagai berikut:

- 1) Hak untuk mendapatkan kompensasi selaras dengan perjanjian terkait kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang dijual belikan;
- 2) Hak untuk memperoleh perlindungan hukum dari perilaku konsumen yang dilakukan dengan niat yang tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri secara wajar dalam penyelesaian hukum atas sengketa konsumen;
- 4) Hak untuk memperoleh rehabilitasi nama baik jika secara hukum terbukti bahwa kerugian yang diderita konsumen bukan disebabkan oleh barang dan/atau jasa yang diperjual belikan;
- 5) Hak-hak lain yang disusun dalam peraturan perundang-undangan lainnya.

Sedangkan kewajiban pelaku usaha terdapat pada Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yakni:

- 1) Melaksanakan aktivitas usahanya dengan itikad baik;
- 2) Membagikan informasi yang benar, jelas dan jujur terkait kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, dan membagikan keterangan tentang pemeliharaan, penggunaan dan perbaikan;

- 3) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang dibuat dan/atau diperjual belikan sesuai standar mutu yang berlaku;
 - 4) Memberikan peluang kepada konsumen untuk mencoba atau menguji barang dan/atau layanan tertentu, serta memberikan garansi atau jaminan atas barang yang diproduksi atau dijual;
 - 5) Memberikan ganti rugi, penggantian atau kompensasi atas kerugian yang disebabkan oleh pemakaian, pemanfaatan dan penggunaan barang dan/atau jasa yang diperjual belikan;
 - 6) Memberikan kompensasi, penggantian, atau ganti rugi jika barang dan/atau layanan yang diterima atau digunakan tidak sesuai dengan kesepakatan.
- 6) Pembinaan Pemerintah dalam Perlindungan Konsumen

Pasal 29 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen membahas terkait pembinaan tanggung jawab perlindungan hukum konsumen, yang menyatakan:

- 1) Pemerintah memiliki wewenang untuk memastikan terlaksananya pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang bertanggungjawab akan hak-hak pelaku usaha dan konsumen serta pemenuhan kewajiban pelaku usaha dan konsumen.
- 2) Pembinaan tersebut oleh pemerintah dilakukan melalui Menteri dan/atau Menteri teknis yang bersangkutan.
- 3) Menteri yang dimaksud sebelumnya bertanggungjawab untuk mengkoordinasikan pelaksanaan perlindungan konsumen.

- 4) Pembinaan penyelenggaraan perlindungan mencakup upaya untuk:
 - 1) Membentuk area usaha yang sehat dan memperkuat keterikatan yang baik antara konsumen dan pelaku usaha;
 - 2) Mendukung pertumbuhan instansi perlindungan konsumen swadaya Masyarakat;
 - 3) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan mendorong aktivitas riset dan pengembangan dalam ranah perlindungan konsumen.
- 5) Rincian lebih jauh terkait pembinaan pelaksanaan perlindungan konsumen disajikan melalui Peraturan Pemerintah.

Didasarkan pada prinsip-prinsip yang ditegaskan dalam pembukaan UUD 1945, yang menetapkan bahwa negara hadir untuk meningkatkan kesejahteraan rakyatnya, seperti yang digariskan dalam Pasal 33 UUD 1945 dan Garis-Garis Besar Haluan Negara (GBHN), serta peraturan perundang-undangan lainnya, keterlibatan pemerintah dalam mengawasi pelaksanaan perlindungan konsumen.

B. Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Islam

Bisnis menurut perspektif Islam adalah serangkaian kegiatan ekonomi seperti produksi, perdagangan, pemasaran, dan lainnya yang tidak memiliki batasan jumlahnya. Namun, yang diutamakan dalam Islam adalah bagaimana

cara mendapatkan dan menggunakan hasil dari bisnis tersebut.¹⁷ Terdapat 4 sumber hukum dalam Islam yang sudah disetujui oleh para fuqaha, yakni Al-Qur'an, Sunnah, *Ijma'*, dan *Qiyas*. Sumber-sumber hukum ini menjadi panduan dalam penentuan hukum perlindungan konsumen dalam ranah Islam.¹⁸

Al-Qur'an ialah pedoman atau dapat juga disebut sumber hukum primer pada kaidah Islam. Sunnah merupakan sumber hukum sekunder, serta bisa menjadi sumber hukum primer pengganti Al-Qur'an jika tidak ditemukan keterangan terkait suatu permasalahan pada Al-Qur'an. Sedangkan *ijma'* ialah kemufakatan seluruh mujtahid pada satu masa, pasca wafatnya Rasulullah SAW atas suatu hukum *syara'* terkait suatu perkara yang belum termaktub dalam *nash* Al-Qur'an terhadap perkara yang ada dalam *nash*-nya. Dan *Qiyas* ialah tahapan penentuan hukum yang berpatokan dengan *illat-illat* hukum yang tercantum padanya.¹⁹

Demi menjaga kepentingan semua pihak dalam aktivitas ekonomi, hukum Islam menetapkan beberapa prinsip yang menjadi dasar dalam terjadinya transaksi jual beli, seperti *tauhid* (keyakinan akan keesaan Allah), *istiklaf* (kemandirian), *al-ihsan* (kebaikan), *al-amanah* (amanah), *ash-shiddiq* (kejujuran), *al-adl* (keadilan), *al-khiyar* (pilihan), *at-ta'wun* (kerjasama),

¹⁷ M. Zikwan dan Nahei, "Bisnis Dalam Islam (Implementasi Prinsip-Prinsip Islam Dalam Aktifitas Ekonomi Bisnis)", *Jurnal Al-Idarah*, Volume 4, No 2, (2023): 125 <https://www.journal.ibrahimy.ac.id/index.php/idarrah/article/view/3518/1899>

¹⁸ Amanda Tikha Santrianti dan Dwi Runjani Juwita, "Perlindungan Hak Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999", *Opinia De Journal*, Vol. 2 Nomor 2, (2022): 36 <https://ejournal.stainumadiun.ac.id/index.php/opinia/article/view/30/28>

¹⁹ Mukhtar Yahya dan Fatchurrahman, *Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islam*, (Bandung: Alma'arif, 1986), 58-66.

keamanan dan keselamatan, dan *at-taradin* (kesepakatan). Pondasi pokok dari keseluruhan roda ekonomi yakni berbisnis dalam Islam yakni berpegang pada asas tauhid (mengesakan Allah SWT), dari asas ini selanjutnya lahirlah asas *istikhlaf* yang menyebutkan segala yang dipunyai manusia merupakan titipan dari Allah SWT, manusia hanyalah pemegang amanah dari harta benda yang dititipkan padanya.²⁰ Asas *tauhid* juga mencetuskan asas *al-ihsan*, yakni melakukan kebaikan yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain tanpa adanya timbal balik atas perbuatannya tersebut.²¹

Al-amanah (pengembalian amanah), ash-shiddiq (jujur), al-adl (keadilan, keseimbangan, dan kesetaraan), al-khiyar (hak untuk memilih), at-ta'wun (bantuan), keamanan, dan keselamatan, dan at-taradhin berasal dari ketiga asas di atas. Keseluruhan asas ini sangat penting untuk dimiliki seorang pebisnis, karena selain memudahkan urusan di dunia juga dapat memudahkan di akhirat. Dalam Islam asas-asas ini tidak hanya mengatur urusan konsumen dengan pelaku usaha, melainkan juga keterikatan antara pelaku usaha, konsumen serta Allah SWT.

Di dalam Islam perlindungan konsumen bertujuan untuk mendatangkan *mashlahah* bagi umat manusia. Oleh sebab itu Allah SWT telah mengatur urusan ini dengan sedemikian rupa, sehingga apabila mengikutinya tidak ada kerugian atasnya. Pelaku usaha perlu untuk memperhatikan hak konsumen yang tertera dalam hukum Islam, yakni:

²⁰ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin (Jakarta: Gema Insani, 1997), 40-41.

²¹ Faisal Badroen et al, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2007), 102-103.

- 1) Hak atas penerimaan informasi yang akurat, adil, jujur, dan bebas dari pemalsuan
- 2) Hak atas lingkungan yang sehat dan keamanan produk
- 3) Hak atas penyelesaian sengketa dan pendampingan
- 4) Hak atas perlindungan dari penyalahgunaan situasi atau keadaan tertentu
- 5) Hak atas kompensasi akan kerugian yang diakibatkan oleh suatu produk
- 6) Hak atas kebebasan memperoleh dan memilih nilai tukar yang patut²²

Sedangkan kerugian yang dialami oleh konsumen akibat penipuan atau cacat produk merupakan suatu perbuatan yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, oleh sebab itu, pelaku usaha/produsen wajib mempertanggung jawabkan tindakannya, mencakup memberikan kompensasi pada konsumen yang mengalami kerugian.²³

Dalam konteks hukum Islam, meskipun tidak ada keterangan secara terperinci terkait kewajiban konsumen, akan tetapi sebagai bagian dari keadilan dan keseimbangan, dapat dirumuskan yakni:

- 1) Menampilkan itikad baik saat melaksanakan transaksi barang dan/atau jasa
- 2) Berusaha untuk mendapatkan keterangan yang komprehensif tentang beragam segi dari barang dan/atau jasa yang akan digunakan atau dibeli
- 3) Melakukan pembayaran sesuai dengan nilai atau harga yang sudah disepakati, serta didasari oleh perasaan saling rela memberi dan menerima (taradhin), yang terwujud melalui tindakan ijab dan qabul (sighah)

²² Muhammad dan Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), 195-234.

²³ Muhammad dan Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), 235-239.

- 4) Turut melakukan prosedur penyelesaian sengketa yang terkait dengan perlindungan konsumen.²⁴

Disamping itu, adapula tindakan-tindakan yang tidak diperbolehkan bagi pelaku usaha menurut hukum Islam, yakni:

- 1) Talaqi rukban, yakni menghalangi pedagang dalam perjalanannya dalam berdagang.²⁵
- 2) Melipat gandakan harga
- 3) Perdagangan yang menipu (*ba'i al-gharar*)
- 4) Memperdagangkan barang haram
- 5) Perdagangan secara riba
- 6) Persekongkolan (*ba'i al-najasy*)
- 7) Penimbunan barang (*ikhtikaar*)
- 8) Monopoli dan persaingan usaha tidak sehat²⁶

C. Pengawasan Barang Beredar

Menurut definisi dalam Pasal 1 angka 3 dari Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 tentang pengawasan barang dan jasa, barang dan/atau jasa yang dipasarkan, dipromosikan, diiklankan, atau diperdagangkan di pasar rakyat, pusat perbelanjaan,

²⁴ M. Yusri, "Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam", diakses pada tanggal 21 Februari 2024, dikutip dari <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jphi/article/>

²⁵ Yusuf Qardhawi, Norma Dan Etika Ekonomi Islam, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin, (Jakarta: Gema Insani, 1997), 180.

²⁶ Amanda Tikha Santrianti dan Dwi Runjani Juwita, "Perlindungan Hak Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999", *Opinia De Journal*, Vol. 2 Nomor 2, (2022): 44-49

<https://ejournal.stainumadiun.ac.id/index.php/opinia/article/view/30/28>

supermarket, atau tempat perdagangan lainnya dengan tujuan untuk digunakan, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen disebut sebagai barang dan/atau jasa yang beredar. Ini mencakup semua barang yang disimpan di gudang atau tempat penyimpanan lainnya di seluruh wilayah Republik Indonesia, baik yang diproduksi di dalam negeri maupun di luar negeri.

Hubungan antara perencanaan dan pengawasan sangat erat, sehingga dapat dikatakan bahwa pengawasan adalah proses memantau pelaksanaan semua kegiatan dalam sebuah organisasi untuk memastikan bahwa semua tugas yang sedang dilakukan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya.²⁷

Menurut Victor M. Situmorang dan Jusuf Jahir²⁸ Pengawasan diadakan dengan maksud untuk:

- 1) Mewujudkan pemerintahan yang berkualitas dibantu dengan sistem pemerintahan yang efektif serta didukung oleh partisipasi masyarakat dalam mengamati pelaksanaan wewenang dan tugas dari aparat pemerintah.
- 2) Menjamin terciptanya administrasi yang teratur oleh lembaga pemerintahan yang bersih dan bebas dari korupsi, kolusi dan nepotisme, sehingga pemerintah dapat melakukan pekerjaannya dengan maksimal melalui peningkatan budaya birokrasi di lingkup pemerintahan.

²⁷ Siagian, Sondang P, Prinsip-prinsip Dasar Manajemen Sumber Daya Manusia, Jilid I, (Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara, 2004), 135.

²⁸ Amiruddin, "Tinjauan Hukum Terhadap Pelaksanaan Fungsi Pengawasan dalam Pengelolaan Terminal Regional Daya", (Skripsi, Sarjana Hukum, Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, Makassar, 2016), 18.

Pengawasan memiliki peran yang esensial dalam memastikan bahwa program kerja yang sudah diatur bisa tercapai serta untuk mengurangi potensi kesalahan atau pelanggaran, serta guna mengevaluasi kinerja aparat pemerintah dalam menjalankan tugas sesuai dengan yang seharusnya. Menurut Pasal 1 angka 17 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa (PPBJ) merupakan Pegawai Negeri Sipil yang ditunjuk dan diangkat sebagai Pengawas Barang Beredar dan/atau Jasa, bekerja di unit atau organisasi yang bertanggung jawab atas pengawasan barang beredar dan/atau jasa atau perlindungan konsumen.

Ruang lingkup dalam pengawasan barang beredar dan/atau jasa terdapat pada Pasal 2 angka 1 Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau jasa, yakni:

- 1) Mengenai produk: persyaratan kualitas, instruksi penggunaan, praktik penjualan, label dalam Bahasa Indonesia, garansi purna jual, promosi, dan klausula baku.
- 2) Mengenai layanan: persyaratan standar, kesepakatan garansi yang telah diperjanjikan dan/atau disepakati, promosi, klausula baku serta praktik penjualan.

D. Label Bahasa Indonesia

a) Definisi Label

Mendapatkan informasi yang akurat, jujur dan jelas tentang garansi dan kondisi barang dan jasa yang dibeli ialah salah satu hak konsumen. Saat ini, keterangan paling esensial bagi konsumen biasanya berasal dari pihak penjual, paling sering berupa iklan atau label produk.²⁹ Label dalam sebuah produk berisi keterangan tertulis atau gambar terkait barang atau produsennya atau dapat pula berupa keduanya. Label ini bisa dimasukkan ke dalam kemasan, ditempelkan atau dicetak langsung pada kemasan produk serta tergabung dalam elemen integral dari kemasan tersebut.

Tujuan dari pemasangan label adalah untuk menyediakan informasi lengkap dan komprehensif tentang isi dari kemasan barang tersebut. Label dalam kemasan barang wajib dipasang dengan cermat, sehingga sulit untuk lepas, tahan lama, dan berada dalam area kemasan yang mudah ditemukan dengan jelas. Kehadiran label pada barang sangat esensial karena identitas dari suatu barang tergambar dalam labelnya. Keberadaan label memungkinkan konsumen untuk membedakan-bedakan barang, serta mendapat barang selaras dengan preferensinya. Keberadaan label dapat membantu menghapuskan rasa ragu dari konsumen saat akan berbelanja suatu produk.³⁰

²⁹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), 71.

³⁰ Marimus Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 192.

Label merupakan bagian dari produk yang memberikan informasi tentang produk itu sendiri serta penjualnya. Biasanya, label ialah elemen dari kemasan produk, tetapi juga dapat menjadi tanda pengenal yang ditempel langsung pada barang. Label dapat berbentuk teks, gambar, atau kombinasi keduanya yang dicetak, digambar, dan ditulis secara langsung pada kemasan. Seluruh keterangan terkait produk biasanya terdapat dalam label yang terpasang pada barang tersebut. Label bisa diartikan seperti tulisan, tag, gambar, atau elemen lain yang memberikan informasi yang terdapat pada wadah atau kemasan produk.³¹

b) Tujuan Pelabelan

- 1) Memberikan keterangan terkait kandungan barang yang terkemas tanpa memerlukan proses pembukaan kemasan
- 2) Memberikan petunjuk yang akurat bagi konsumen agar produk dapat digunakan dengan efektif
- 3) Menjadi alat komunikasi dari produsen kepada konsumen mengenai aspek-aspek tertentu tentang produk yang mungkin tidak dapat dilihat secara langsung
- 4) Berfungsi sebagai sarana periklanan bagi produsen
- 5) Membuat konsumen merasa aman terhadap produk yang dibelinya.

c) Fungsi Label³²

- 1) Menjadi tanda pengenal produk atau merek

³¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhallindo, 2000), 477.

³² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (Jakarta: Prenhallindo, 2000), 478.

- 2) Menetapkan kelas atau kategori produk
 - 3) Memvisualisasikan berbagai informasi tentang produk, seperti produsen, tempat dan waktu pembuatan, isi, petunjuk penggunaan, dan keselamatan penggunaannya
 - 4) Mempromosikan produk melalui gambar-gambar menarik yang terdapat pada label kemasan.
- d) Bentuk Label
- 1) Tulisan atau teks yang menandakan informasi
 - 2) Gambar yang terdapat pada kemasan makanan, minuman dan produk lainnya.
 - 3) Brosur atau pamflet yang disisipkan ke dalam kemasan atau pembungkus

Sebagai hasilnya, konsumen menjadi terbiasa untuk membaca label karena hal tersebut memungkinkan mereka untuk mengetahui konten dari kemasan atau wadah produk tersebut. Manfaat dari penggunaan label yang efektif termasuk peningkatan penjualan, meningkatkan promosi, melindungi konsumen, melindungi persaingan yang sehat dan mencapai tujuan ekonomi.³³

Tampaknya ada 3 (tiga) jenis label yang umum dipakai oleh beberapa pelaku usaha, yaitu brand label, yang hanya mencantumkan merek atau brand, seperti pada kain atau tekstil. Merek tersebut digunakan

³³ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandung: Mandar Maju, 2000), 18.

oleh semua perusahaan yang memproduksinya. Selain label merek ini, setiap perusahaan juga menambahkan merk miliknya pada produk tekstil yang diproduksinya.. Grade label, yang tingkat kualitas tertentu dari suatu barang. Label ini biasanya berupa tulisan atau kata-kata yang menunjukkan tingkat kualitas produk. Dan descriptive label, juga dikenal sebagai informative, yang memberikan informasi tentang cara penggunaan, komposisi, perawatan, dan hasil kerja dari suatu barang.³⁴

³⁴ Basu Swastha, *Asas-Asas Marketing* (Yogyakarta: Liberty,1984), 142.

BAB III

METODE PENELITIAN

Untuk menjalankan sebuah penelitian maka penting untuk memilih metode yang cocok digunakan dengan subjek penelitian tersebut. Konteks ini bermaksud agar penelitian bisa melintas dengan sukses dan membuahkan hasil yang dapat dipertanggungjawabkan atau kata lainnya selaras. Dengan menerapkan teknik atau cara yang khusus, seorang peneliti dapat mencapai kebenaran dalam kata lain relevan yang obyektif dan terarah. Dalam konteks riset penelitian ini, tahapan yang dipilih ialah:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini berpusat pada jenis penelitian hukum sosiologis atau empiris, yang menekankan pada bidang berlakunya hukum, untuk mencapai tujuan tahapan studi tinjauan hukum ini. Menurut Amirudin dan Zainal Asikin, berlakunya hukum dapat dibagi menjadi efektivitas hukum dan dampak hukum.³⁵ Penelitian ini lebih menekankan pada pengumpulan fakta melalui penelitian lapangan, yang tentunya melibatkan analisis terhadap dokumen tertulis dan implementasinya.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini akan memanfaatkan pendekatan sosiologis dengan paradigma kualitatif berdasarkan fenomena atau isu hukum yang diteliti. Pendekatan sosiologis bertujuan guna mendalami dan mengkaji interaksi saling memengaruhi antara hukum dan lembaga sosial lainnya, di mana hukum tidak dipandang sebagai

³⁵ Amirudin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Rajawali Pers, 2003), 30.

entitas normatif yang terpisah, melainkan sebagai bagian dari struktur sosial yang terkait dengan berbagai faktor lainnya secara konkret.³⁶ Metode kualitatif digunakan untuk merumuskan perhatian, eksplorasi, dan pemahaman terhadap prinsip-prinsip umum yang mendasari fenomena tersebut.³⁷

Dalam menelaah gejala utama dari pendekatan sosiologis menggunakan paradigma kualitatif, akan diadakan wawancara dengan Seksi Pengawas UPT Perlindungan Konsumen yang mempunyai wewenang terhadap isu hukum terkait pencantuman label Bahasa Indonesia dalam barang dan produk tekstil. Informasi yang didapatkan dari wawancara tersebut akan dikumpulkan, dianalisis dan diekspresikan melalui laporan tertulis untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini.

3. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini peneliti memilih lokasi pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDAG) Provinsi Jawa Timur UPT Perlindungan Konsumen Malang yang bertempat di Jalan Aries Munandar No. 24 Kota Malang.

4. Sumber Data

Sumber data merujuk pada tempat di mana peneliti menggali dan memperoleh data. Pada riset skripsi ini, terdapat 2 (dua) macam sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

³⁶ Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1999), 34.

³⁷ Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 20-21.

A. Sumber Data Primer

Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh dalam bentuk verbal, seperti ucapan lisan, gerakan tubuh atau perilaku subjek penelitian (informan) yang terlibat dalam variabel yang sedang diriset.³⁸ Dalam konteks ini data primer akan didapatkan penulis akan mewawancarai pihak-pihak terkait yakni Bapak Taryono, ST., MM dan Bapak Dhiskha Kurniawan serta data-data dari lapangan.

B. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder berpatokan terhadap materi hukum yang berfungsi sebagai informasi untuk memperoleh pemahaman, bahan referensi, dan panduan sebagai tambahan bagi bahan hukum primer yang dipakai dalam riset penelitian.³⁹ Oleh karena itu, data sekunder bisa didapatkan dari berbagai peraturan Perundang-undangan, buku, artikel serta jurnal terdahulu. Dalam konteks penelitian ini, egulasi perundang-undangan yang menjadi acuan adalah:

1. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
3. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2021 tentang penetapan barang yang wajib menggunakan atau melengkapi label Bahasa Indonesia

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R dan D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 22.

³⁹ Dyah Octarina dan A'an Efendi, *Penelitian Hukum (Legal Research)* (Jakarta: Sinar Grafika, 2015), 89.

4. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian Tugas Dan Fungsi Serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur
5. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa
6. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2023 tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Kegiatan Dekonsentrasi Bidang Perdagangan Tahun Anggaran 2023

5. Teknik Pengumpulan Sumber Data

Dalam proses penelitian, terdapat tiga metode umum untuk mengumpulkan data, yakni analisis dokumen atau bahan pustaka, pengamatan langsung, dan wawancara. Pada riset skripsi ini, penulis memilih tahapan pengamatan langsung dan wawancara. Wawancara adalah pertemuan antara dua pihak yang bertukar informasi dan gagasan melalui dialog tanya jawab, sehingga memungkinkan untuk mencapai kesepakatan dalam pembahasan tertentu.⁴⁰

Pada riset skripsi ini, penulis menggunakan teknik wawancara semi-terstruktur. Teknik ini ialah tahapan penggalian data yang amat efektif pada penelitian kualitatif. Wawancara semi-terstruktur mempunyai ciri khas pertanyaan terbuka seperti percakapan biasa, akan tetapi tetap terfokus pada tema tertentu dengan alur dan arah pembicaraan yang terbatas. Fleksibilitas dan kontrol terjaga melalui panduan atau pedoman yang digunakan sebagai acuan dalam

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R dan D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 231.

wawancara. Tujuan utama dari wawancara adalah guna memahami fenomena terkait isu hukum yang sedang diriset.⁴¹ Dalam riset ini, wawancara dilaksanakan dengan Bapak Taryono, ST., MM dan Bapak Dhiskha Kurniawan.

6. Teknik Pengolahan Data

Dalam mengolah semua data yang telah terkumpul, penting untuk memperhatikan tahapan yang sesuai dengan metode atau manajemen pengolahan data dan prosedur analisis yang cocok dengan pendekatan yang diterapkan pada penelitian. Menurut Miles & Huberman, analisis data mencakup dari tiga proses yang berlangsung secara bersamaan yakni: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi.⁴² Lebih detailnya, ketiga proses ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah tahap dimana data dipilih, difokuskan pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data mentah yang dikumpulkan dari catatan lapangan. Singkatnya, reduksi data bermakna meringkas, memilih elemen utama, memprioritaskan elemen penting, menemukan pola dan tema, dan menghilangkan informasi yang tidak relevan. Penulis melakukan reduksi data dengan mewawancarai staff pengawas UPT Perlindungan Konsumen Malang. Metode reduksi data memberikan gambaran yang jelas. Metode ini juga memudahkan peneliti untuk

⁴¹ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), 121.

⁴² Milles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), 16.

mengumpulkan data tambahan dan mengacu pada informasi yang relevan jika diperlukan.

2. Penyajian Data

Berdasarkan pendapat Miles & Huberman, penyajian adalah pengaturan data dengan cara yang memfasilitasi penarikan kesimpulan dan pengambilan langkah selanjutnya. Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam berbagai bentuk, seperti narasi, grafik, hubungan antar kategori, diagram, dan lain-lain. Namun, bentuk penyajian data yang paling umum digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teks naratif. Penelitian ini menyajikan data hasil wawancara dalam bentuk ringkasan, yang selanjutnya dianalisis sesuai dengan perumusan masalah yang telah dirumuskan.

3. Menarik Kesimpulan

Miles & Huberman memaparkan bahwa tahapan ini hanya merupakan bagian dari serangkaian tindakan yang terintegrasi pada tahap penarikan kesimpulan. Selama proses penelitian, kesimpulan harus terus diverifikasi. Untuk memverifikasi, peneliti dapat membuat gambaran singkat tentang apa yang sedang ditulis, meninjau ulang terhadap catatan lapangan, atau mengadakan diskusi yang mendalam dan terperinci. Penelitian kualitatif menghasilkan temuan baru. Temuan ini bisa berupa penjelasan atau pemahaman yang lebih dalam tentang sesuatu yang sebelumnya tidak jelas atau kurang dipahami, termasuk perkara yang digolongkan dalam rumusan masalah untuk menjawab atau menjelaskannya setelah penelitian selesai.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum UPT Perlindungan Konsumen Malang

Sejarah berdirinya Unit Pelaksana Teknis Perlindungan Konsumen di Jawa Timur tidak terlepas dari berlakunya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, pada pembagian kegiatan pemerintahan bidang perdagangan sub urusan standarisasi dan perlindungan konsumen menyatakan bahwa pelaksanaan kegiatan perlindungan konsumen serta pengawasan barang beredar dan jasa yang sebelumnya merupakan wewenang Pemerintah Kabupaten dan Kota yang kemudian beralih kewenangannya ke Pemerintah Provinsi dalam hal ini berada pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur.

Seiring berlakunya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, Pemerintah Provinsi Jawa Timur memandang bahwa aktivitas perlindungan konsumen dan pengawasan barang beredar dan jasa terasa sangatlah penting untuk dilakukan dan ditingkatkan. Perlindungan konsumen sangat penting karena merupakan jaminan yang seharusnya didapatkan oleh konsumen mengingat era perdagangan bebas saat ini dengan tingginya konsumsi konsumen serta pesatnya laju peredaran barang atau jasa di pasaran. Oleh sebab itu, perlu usaha untuk memberi perlindungan yang maksimal kepada konsumen.

Mengingat sedemikian pentingnya perlindungan konsumen dan rumitnya masalah terkait perlindungan konsumen maka Pemerintah Provinsi Jawa Timur menerbitkan Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 103 Tahun 2016 tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Unit

Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, yang menjadi dasar terbentuknya Unit Pelaksana Teknis Perlindungan Konsumen di Jawa Timur.

UPT Perlindungan Konsumen merupakan unsur pelaksana teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur yang melakukan kegiatan teknis operasional dan/atau kegiatan penunjang tertentu yang bertugas di bawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Dinas. Unit Pelaksana Teknis Perlindungan Konsumen memiliki wewenang untuk menjalankan sebagian tanggung jawab Dinas dalam mengawasi barang yang beredar, jasa, serta kegiatan perdagangan yang teratur, serta memberdayakan konsumen dan pelaku usaha, mengatur administrasi, dan memberikan layanan kepada masyarakat. dan tersebar di 5 (lima) Kabupaten dan Kota dengan mempunyai wilayah kerja masing-masing, terdiri atas:

1. UPT Perlindungan Konsumen Surabaya;
2. UPT Perlindungan Konsumen Malang;
3. UPT Perlindungan Konsumen Kediri;
4. UPT Perlindungan Konsumen Bojonegoro; dan
5. UPT Perlindungan Konsumen Jember.

Unit Pelaksana Teknis Perlindungan Konsumen Malang adalah sebuah lembaga yang menjalankan fungsi teknis yang berada di bawah pengawasan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur sebagai induk organisasi yang

beralamat di Jl. Siwalankerto Utara II/42 Surabaya. Sedangkan kedudukan dan alamat UPT Perlindungan Konsumen Malang berada di Jalan Aries Munandar No. 24 Kota Malang.

Pasal 44 Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur UPT Perlindungan Konsumen Malang mempunyai susunan organisasi terdiri atas:

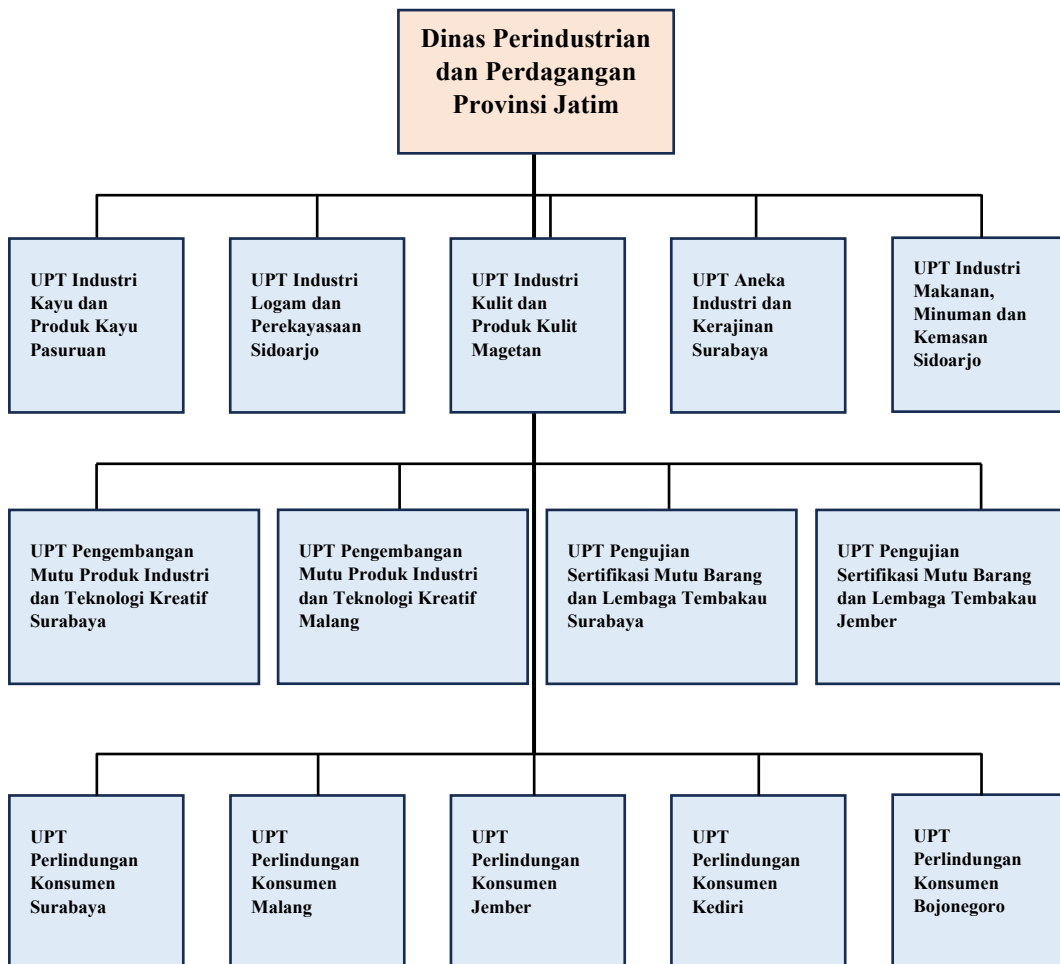
- a) Sub Bagian Tata Usaha
- b) Seksi Pengawasan Barang Beredar, Jasa dan Tertib Niaga; dan
- c) Seksi Pemberdayaan Konsumen dan Pelaku Usaha.

Sub Bagian dan Seksi, dipimpin oleh Kepala Sub Bagian dan Kepala Seksi yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala UPT. Dalam melaksanakan kegiatan perlindungan konsumen UPT Perlindungan Konsumen Malang mempunyai batas-batas wilayah operasional atau disebut dengan wilayah kerja. Wilayah kerja yang dimiliki oleh UPT Perlindungan Konsumen Malang terdiri dari 8 (delapan) Kabupaten dan Kota meliputi:

- a) Kabupaten Malang;
- b) Kota Malang;
- c) Kota Batu;
- d) Kabupaten Pasuruan;
- e) Kota Pasuruan;
- f) Kabupaten Blitar;
- g) Kota Blitar; dan

h) Kabupaten Tulungagung.

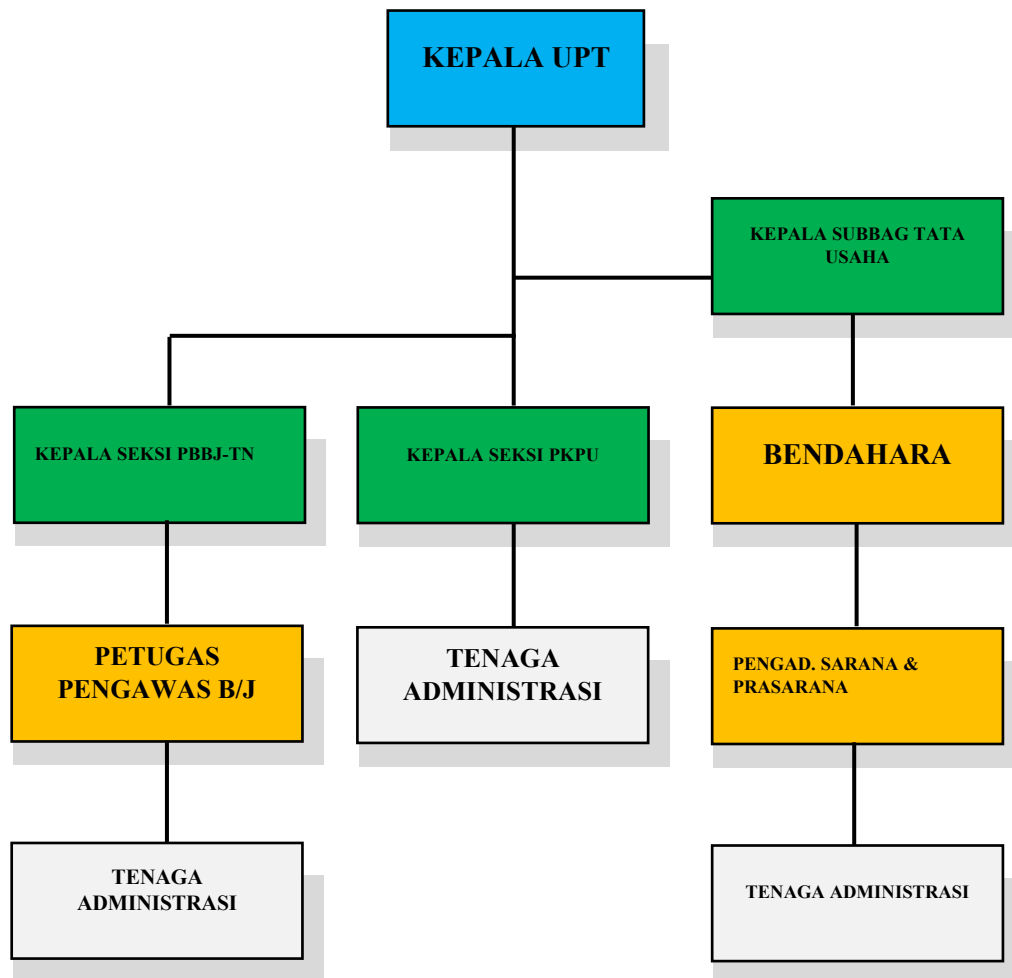
Gambar 1: Struktur Umum Unit Pelaksana Teknis (UPT)
Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur⁴³



Sumber : Laporan Bulanan UPT Perlindungan Konsumen Malang

⁴³ Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, "Unit Pelaksana Teknis (UPT)", Disperindag Prov. Jawa Timur, 10 Juni 2012
<https://disperindag.jatimprov.go.id/profile/about?content=unit-pelaksana-teknis-upt>

Gambar 2: Struktur Organisasi Unit Pelaksana Teknis (UPT)



Sumber : Laporan Bulanan UPT Perlindungan Konsumen Malang

Pasal 47 Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur disebutkan bahwa Sub Bagian dan Seksi mempunyai tugas masing-masing, yaitu:

A. Sub Bagian Tata Usaha

- a) menjalankan manajemen dan pelayanan administrasi umum;
- b) menjalankan manajemen administrasi kepegawaian;

- c) menjalankan manajemen administrasi keuangan;
- d) menjalankan manajemen administrasi perlengkapan dan peralatan kantor;
- e) menjalankan aktivitas hubungan masyarakat;
- f) menjalankan manajemen bidang rumah tangga;
- g) menjalankan manajemen penataan program dan anggaran;
- h) menjalankan manajemen kearsipan UPT;

B. Seksi Pengawasan Barang Beredar, Jasa dan Tertib Niaga

- a) menata rencana aktivitas untuk Seksi Pengawasan Barang Beredar, Jasa dan Tertib Niaga;
- b) melakukan pengawasan terhadap barang beredar, jasa dan tertib niaga;
- c) menindaklanjuti hasil dari kegiatan pengawasan terhadap barang beredar, jasa dan tertib niaga;
- d) melakukan pemantauan, penilaian dan pemberitahuan; dan
- e) melakukan tugas lainnya yang ditugaskan oleh Kepala UPT.

C. Seksi Pemberdayaan Konsumen dan Pelaku Usaha

- a) menata agenda kegiatan untuk Seksi Pemberdayaan Konsumen dan Pelaku Usaha;
- b) melakukan kegiatan sosialisasi terhadap konsumen dan pelaku usaha;
- c) memfasilitasi penyelesaian sengketa konsumen melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Surabaya, Malang, Bojonegoro, Jember dan Kediri;
- d) menunjukkan support teknis untuk pertumbuhan perlindungan, pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha;
- e) melakukan pemantauan, penilaian dan pemberitahuan; serta

f) melakukan tugas lainnya yang ditugaskan oleh Kepala UPT.

2. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Bentuk Pengawasan Disperindag Provinsi Jawa Timur UPT Perlindungan Konsumen Malang Terhadap Pencantuman Label Bahasa Indonesia Pada Peredaran Barang Dan Produk Tekstil

Unit Pelaksana Teknis yang selanjutnya disingkat UPT dalam pembahasan ini merupakan Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur didirikan berdasarkan Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 60 Tahun 2018 tentang struktur organisasi, tugas, dan fungsi serta tata kerja unit pelaksana teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, yang kemudian pada Januari 2017 dibuatlah UPT. Perlindungan Konsumen Malang. Beberapa program kerja UPT Perlindungan Konsumen Malang yakni pemantauan barang dan kebutuhan pokok, pengawasan barang beredar, jasa dan tertib niaga, pelayanan masyarakat, kurasi IKM/UKM, pemberdayaan konsumen, serta pembinaan pelaku usaha.

Program kerja ini memiliki sasaran yaitu mencapai kategori "Konsumen Berdaya dan Pelaku Usaha Bertanggungjawab". Ada 5 (lima) golongan status konsumen, yakni sadar, paham, mampu, kritis dan berdaya. Pada tahun 2023, konsumen berada dalam kategori mampu yang menunjukkan bahwa konsumen mempunyai kemampuan untuk memanfaatkan kewajiban dan haknya ketika memilih barang terbaik serta mendorong pemakaian barang hasil produksi dalam negeri.

Sedangkan pada pelaku usaha juga terdapat 5 kategori yakni tahu, paham, sadar, tertib dan bertanggungjawab. Pada tahun 2023, pelaku usaha berada pada kategori tertib.⁴⁴

Bapak Taryono selaku Kasi Pengawasan Barang Beredar dan Jasa menjelaskan bahwa:

”Dalam mewujudkan slogan ’Konsumen Berdaya dan Pelaku Usaha Bertanggung Jawab UPT Perlindungan Konsumen Malang berupaya melalui interaksi dengan masyarakat, hal ini dilakukan dengan sarana pembinaan IKM/UKM, pelatihan konsumen cerdas, pengawasan barang beredar, dan lain sebagainya. Kegiatan-kegiatan ini dilakukan lebih gencar dan optimal dari tahun ke tahun.”

Diantara seluruh program kerja UPT Perlindungan Konsunen Malang pengawasan barang beredar, jasa dan tertib niaga menjadi fokus bahasan pada penelitian ini, yang mana dalam lingkupnya terfokus pada label Bahasa Indonesia pada barang dan produk tekstil. Pengawasan terhadap barang beredar di masyarakat dilaksanakan dengan tujuan menghadirkan perlindungan hukum kepada konsumen sebagai pengguna produk tersebut. Perlindungannya berupa perlindungan atas standar barang yang dijual atau diperedarkan oleh pelaku usaha, memastikan keamanan barang beredar sebelum sampai ke konsumen, serta mengedukasi pelaku usaha akan hal-hal yang dilarang sebab akan merugikan konsumen dan pelaku usaha tersebut.⁴⁵

⁴⁴ Ditjen PTKN, "Laporan Triwulan II Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen & Tertib Niaga Kementerian Perdagangan Republik Indonesia", Kementerian Perdagangan, Juli 2023, diakses pada 10 Maret 2024, <https://ditjenpktn.kemendag.go.id/secara-berkala/laporan-kinerja>

⁴⁵ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia* (Rajawali Pers: Jakarta, 2013), 197.

Pengawasan label Bahasa Indonesia pada produk ditujukan untuk:

1. Memastikan adanya label Bahasa Indonesia jika barang yang diperdagangkan oleh pelaku usaha berbahasa asing yang memuat informasi nama/jenis produk tersebut. (pada produk elektronika dan telematika)
2. Memastikan adanya label Bahasa Indonesia yang memuat nama bahan yang digunakan, cara perawatan produk, dan lain sebagainya. (pada produk tekstil)
3. Memastikan adanya komposisi serta kandungan nutrisi serta petunjuk penyajian dalam Bahasa Indonesia. (pada produk pangan olahan)⁴⁶

Penyeliaan barang yang beredar dan/atau layanan dilakukan secara langsung oleh staf Pengawasan Barang dan Jasa (PPBJ) dan juga oleh Pejabat atau Pegawai Negeri Sipil di Unit Pelaksana Teknis Perlindungan Konsumen (PPNS-PK) pada masing-masing lingkup cakupan kerja. UPT Perlindungan Konsumen Malang bertugas untuk mengawasi dalam lingkup kabupaten dan kota Malang, Kota Batu, Kabupaten dan Kota Pasuruan, Kabupaten dan Kota Blitar, serta Kabupaten Tulungagung, yang dalam praktiknya turut dibantu oleh seluruh staff UPT Perlindungan Konsumen Malang. Pengawasan terhadap barang beredar dan/atau jasa memiliki beberapa bentuk, yang

⁴⁶ File *Coaching Clinic* UPT Perlindungan Konsumen Malang "Metode Kasat Mata Pengawasan Barang Beredar dan Jasa"

mana telah dicantumkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang barang beredar dan/atau jasa yakni:

1. Pengawasan Berkala:

Dilakukan pada periode tertentu sesuai dengan prioritas peredaran barang dan/atau jasa yang sedang dilakukan pengawasan, serta direncanakan selaras dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Pengawasan ini merupakan jenis pengawasan yang biasa dilakukan secara rutin setiap bulannya. Pada UPT Perlindungan Konsumen Malang pengawasan berkala ini berbentuk pengawasan rutin yang dilakukan tiap pertengahan hingga akhir bulan, yang mana tim pengawas mendatangi pelaku usaha secara langsung yang tercakup dalam wilayah kerja UPT Perlindungan Konsumen Malang.

2. Pengawasan Khusus:

Pelaksanaannya dilakukan sewaktu-waktu berdasarkan keadaan tertentu. Pada UPT Perlindungan Konsumen Malang, pengawasan jenis ini biasanya dilakukan ketika menjelang puasa, lebaran dan hari-hari khusus lainnya. Hal ini dilakukan karena pada waktu tersebut aktifitas pasar sedang melonjak, sehingga dikhawatirkan akan terjadi kecurangan bila tidak ada pengawasan.

3. Pengawasan Terpadu:

Dilakukan sesuai dengan program serta kebutuhan untuk menangani masalah barang beredar dan/atau jasa yang membutuhkan penindakan efektif, kolaboratif, terkoordinasi dan melibatkan lembaga teknis terkait. Dalam praktik UPT Perlindungan Konsumen Malang, pengawasan jenis ini masuk kedalam pengawasan tindak lanjut yakni pengawasan lanjutan apabila didapati suatu temuan ketika melakukan pengawasan berkala dan khusus.

Sedangkan jenis pengawasan barang beredar dan/jasa terbagi menjadi 2, yakni:

1. Pengawasan langsung:

Merupakan kegiatan pengawasan yang dilaksanakan mandiri oleh ketua atau anggota organisasi terhadap pelaksanaan kegiatan yang sedang berlangsung. Pengawasan langsung bisa berupa inspeksi langsung, pengamatan tempat (pengawasan dengan terjun langsung ke tempat suatu kegiatan berlangsung), laporan tempat (berasal dari pengaduan keluhan dari konsumen yang diterima oleh lembaga). Tim Pengawas UPT Perlindungan Konsumen Malang yang bertugas melakukan pengawasan dengan mendatangi secara langsung pelaku usaha yang akan diawasi, misalnya dalam pengawasan label Bahasa Indonesia pada produk tekstil tim pengawas

akan mendatangi toko pakaian bayi, mall dan tempat-tempat lain yang menjual barang dan produk tekstil.

2. Pengawasan tidak langsung:

Merupakan pengawasan dari jarak jauh, yang mana pelaksanaannya dapat berbentuk laporan tertulis maupun lisan, atau dapat pula dilakukan secara *online*.⁴⁷ Di UPT Perlindungan Konsumen Malang pengawasan jenis ini dilakukan secara online, pengawasan dilaksanakan dengan menghubungi langsung para pelaku usaha yang tercakup dalam lingkup kerja UPT Perlindungan Konsumen Malang melalui *platform-platform e-commerce*.

Menurut data hasil wawancara mengenai pelaksanaan pengawasan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pengawas UPT Perlindungan Konsumen Malang yang dijelaskan oleh Bapak Dhiska selaku Staff PTT-PK yang diperbantukan di seksi PPBJ, beliau menuturkan bahwa:

”Dalam praktiknya, UPT Perlindungan Konsumen Malang melakukan pengawasan barang beredar dan jasa sesuai dengan ketentuan yang terdapat pada Peraturan Menteri Perdagangan No. 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian Tugas Dan Fungsi Serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur yakni pada awal bulan merupakan waktu untuk menyusun perencanaan kegiatan Seksi Pengawasan Barang Beredar, Jasa dan Tertib Niaga, kemudian dipertengahan hingga akhir bulan staff pengawas akan melakukan pengawasan barang beredar dan/jasa serta melakukan pengawasan tindak lanjut untuk memonitoring temuan yang didapati ketika melakukan pengawasan di beberapa

⁴⁷ Andriansyah dan Ahmad Tarmizi Yussa, ”Pengawasan Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Dalam Peredaran Minuman Beralkohol Di Kota Pekanbaru (Studi di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru)”, *Publika*, Vol 3, Nomor1 (2017): 6-8.
<https://journal.uir.ac.id/index.php/JIAP/article/view/1734/1062>

waktu sebelumnya. Pengawasan tindak lanjut ini dilakukan untuk memastikan apabila saran dan peringatan dari tim pengawas telah ditindak oleh pelaku usaha, sedangkan apabila temuan belum juga diselesaikan pada pengawasan tindak lanjut maka akan dikeluarkan surat teguran, bahkan bisa sampai pada tahap pencantuman surat rekomendasi larangan untuk memperdagangkan barang dan/jasa, pencabutan izin dagang serta adanya penyidikan oleh PPNS-PK apabila ditemukan dugaan pelanggaran dari pelaku usaha, pelaku usaha benar-benar lalai dan tidak menghiraukan teguran dari staff pengawas, hal ini dilakukan sebagai bentuk perlindungan bagi konsumen. Kemudian hasil pengawasan akan di monitoring, evaluasi juga dilakukan pelaporan kepada pimpinan unit kerja yang kemudian diringkas dan dilaporkan kembali ke Dinas Perindustrian dan Perdagangan pada periode tertentu.”

Sedangkan untuk pengawasan tidak langsung/*online*, pada hakikatnya prosedur pengawasannya sama yakni dengan metode kasat mata. Pengawasan kasat mata merupakan pengawasan terhadap penandaan produk dan kemasan, dalam penelitian ini berupa label. Hal yang menjadi pembeda adalah staff pengawas tidak perlu mendatangi pelaku usaha secara langsung melainkan pengawasan dilaksanakan secara daring/*online* melalui *platform-platform e-commerce* dengan cakupan toko online sesuai dengan wilayah kerja UPT Perlindungan Konsumen Malang.

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2021 tentang Penetapan Barang Yang Wajib Menggunakan Atau Melengkapi Label Berbahasa Indonesia, terdapat 26 jenis barang dan produk tekstil yang harus berlabel Bahasa Indonesia yakni :

1. Pakaian jadi lelaki dan anak lelaki
2. Pakaian jadi wanita dan anak wanita

3. Pakaian jadi tekstil lainnya (garmen lainnya, rajutan atau kaitan yang berasal dari kapas)
4. Kain jadi
5. Karpet
6. Pakaian bayi
7. Barang jadi tekstil lainnya (selimut)
8. Jersey, pullover, cardigan, rompi
9. Track suit, ski suit dan pakaian renang
10. Garmen, dibuat dari kain rajutan atau kaitan
11. Sarung tangan, mitten dan mitt
12. Aksesori pakaian jadi lainnya (syal, scarf, muffler, mantilla, veil, dan sejenisnya)
13. Mantel panjang, car coat, jubah bertopi, cloak, anorak untuk pria atau anak laki-laki
14. Mantel Panjang, car coat, jubah bertopi, cloak, anorak untuk Wanita atau anak Perempuan
15. Pakaian dalam untuk pria atau anak laki-laki
16. Pakaian dalam untuk wanita atau anak perempuan
17. Garmen di buat dari kain (pakaian pelindung kerja)
18. Kutang, girdle, korset, brace, suspender, garter dan barang semacam itu serta bagiannya, rajutan atau kaitan maupun tidak
19. Sapu tangan
20. Dasi, dasi kupu-kupu dan cravat
21. Aksesori pakaian jadi lainnya (bagian dari garmen atau dari aksesori pakaian)
22. Barang perabot lainnya (penutup tempat tidur)
23. Barang jadi lainnya (kain pembersih lantai, kain pencuci piring, penyapu debu dan lap pembersih)
24. Panty hose, tight, stocking, sock dan kaos kaki
25. Benang jahit
26. Barang keperluan berkemah (terpal, awning dan kerai matahari)

Bapak Taryono selaku Kasi Pengawasan Barang Beredar dan Jasa

menjelaskan bahwa:

”Dari ke-26 barang dan produk tekstil yang wajib diawasi tentu kesemua jenis barang ini akan diawasi, namun pengawasan disini menggunakan sistem sampling. Karena dalam sekali pengawasan dapat ke beberapa toko sekaligus maka untuk menghemat waktu juga agar tidak mengganggu proses jual beli pada toko yang akan dilakukan pengawasan, maka sistem sampling ini dilakukan. Biasanya dalam 1 toko akan difokuskan pada 3-4 jenis barang saja, dengan rincian jenis barang yang diawasi akan berbeda disetiap tokonya.”

Sedangkan untuk menentukan toko atau pelaku usaha yang akan diperiksa dalam pengawasan, digunakan pula metode sampling, Pak Taryono menjelaskan bahwa:

”Biasanya hanya kota atau tujuan yang ditentukan, sedangkan pemilihan toko yang akan diawasi dilakukan secara langsung saat tiba di kota tersebut. Kriteria pemilihan toko mencakup penjualan barang dan produk tekstil yang sesuai dengan peraturan yang ditetapkan. Oleh karena itu, pengawasan dilakukan secara tiba-tiba (*on the spot*), mirip dengan inspeksi mendadak (*sidak*). Namun, apabila ditemukan ketidaksesuaian maka pelaku usaha tidak perlu khawatir sebab akan diberikan waktu 1-3 bulan untuk mengembalikan atau menarik kembali barang yang tidak memenuhi standar”.

Informasi pada label barang dan produk tekstil dapat berupa embos, cetakan, dipasang langsung, diturut sertakan atau disisipkan pada barang atau kemasan. Label pada barang dan produk tekstil wajib mencantumkan nama, merek barang, jenis bahan atau komposisi, nama dan alamat produsen, ukuran, label perawatan, negara pembuat atau *made in*, jumlah barang jika barang dalam kemasan terdiri dari lebih dari satu item. Tata cara penempatan label pada barang dan kemasan diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2021 tentang Penetapan Barang yang Wajib Menggunakan atau Melengkapi Label Berbahasa Indonesia. Menurut peraturan tersebut, pada barang wajib mencantumkan nama, merek dagang, jenis bahan atau komposisi. Sedangkan pada kemasan harus menginformasikan terkait nama, jenis bahan atau komposisi, merek barang serta nama dan alamat produsen barang.

Produk pakaian impor ketika akan dipasarkan di dalam negeri wajib mencantumkan terjemahan dalam Bahasa Indonesia, sebab inilah salah satu hal yang akan diawasi oleh UPT Perlindungan Konsumen Malang pada produk dan barang dalam lini tekstil. Berikut merupakan contoh pencantuman label Bahasa Indonesia yang benar pada produk tekstil:

Gambar 3: Contoh Pencantuman Label Bahasa Indonesia Pada Produk Tekstil



Sumber: File *Coaching Clinic* UPT Perlindungan Konsumen Malang

Pengawasan peredaran barang memberikan manfaat yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam dalam perlindungan konsumen, dengan hal-hal berikut ini:

1. Menghalangi terjadinya penipuan dan kerugian bagi konsumen, yang selaras dengan kaidah hukum Islam, seperti pada *maqashid al-syari'ah* dan *mashlahah*, yang menitikberatkan pada perlunya melindungi konsumen guna mendapat kemaslahatan bersama.

2. Memastikan mutu kualitas dan keamanan produk, pengawasan peredaran barang mendorong untuk memastikan kesiapan barang kebutuhan pokok yang sesuai dengan standar kualitas dan aman.⁴⁸
3. Menyokong transparansi dan keadilan, sejalan dengan kaidah hukum Islam yang berpatokan pada adanya keadilan dan transparansi dalam transaksi, termasuk dalam perlindungan konsumen.⁴⁹

2. Kendala dan Upaya yang Dihadapi Disperindag Provinsi Jawa Timur UPT Perlindungan Konsumen Malang Dalam Melakukan Pengawasan Terhadap Pencantuman Label Bahasa Indonesia Pada Peredaran Barang Dan Produk Tekstil

Dalam jalannya pengawasan yang dilakukan oleh UPT Perlindungan Konsumen Malang tentu tak terhindar dari keberadaan tantangan/kendala yang dihadapi oleh seksi pengawas peredaran barang dan jasa. Tantangan/kendala pada pengawasan peredaran barang dan jasa atau khususnya pencantuman label Bahasa Indonesia sendiri pada UPT Perlindungan Konsumen Malang diklasifikasikan dalam 3 faktor yakni kendala akibat faktor internal, eksternal serta sarana.

1) Faktor Internal

⁴⁸ Fikri Luki, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pengawasan Pasar Dan Perlindungan Konsumen Dalam Stabilitas Harga (Studi pada Satuan Tugas Pangan Polda Lampung)", (Skripsi UIN Raden Intan, Lampung, 2023), <http://repository.radenintan.ac.id/28993/>

⁴⁹ Amanda Tikha Santrianti dan Dwi Runjani Juwita, "Perlindungan Hak Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999", *Opinia De Journal*, Vol. 2 Nomor 2, (2022): 36
<https://ejournal.stainumadiun.ac.id/index.php/opinia/article/view/30/28>

Kendala internal yang dialami UPT Perlindungan Konsumen Malang yakni kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM). Hal ini dapat terlihat dari jumlah staff anggota seksi pengawas UPT Perlindungan Konsumen Malang yang hanya berjumlah 2 orang dengan rincian 1 orang ketua seksi pengawasan barang beredar dan tertib niaga dan 1 orang lainnya sebagai pengawas barang dan jasa, dari jumlah keseluruhan anggota UPT Perlindungan Konsumen Malang yakni 13 orang staff saja. Yang mana dengan jumlah yang terbatas ini harus menangani cakupan wilayah kerja yang cukup luas yakni meliputi 8 kota/kabupaten. Kurangnya SDM ini membuat seluruh anggota UPT Perlindungan Konsumen Malang turut terlibat dalam jalannya pengawasan.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Dhiska selaku Staff PTT-PK yang diperbantukan di seksi PPBJ, beliau menuturkan bahwa:

”Dalam melakukan pengawasan staff UPT Perlindungan Konsumen Malang akan dibagi menjadi kelompok-kelompok yang terdiri dari 4-5 orang staff, yang mana diketuai oleh Kepala UPT, Kepala Seksi Pengawasan sendiri serta dibantu juga dengan Staff PPNS-PK. Akibat minimnya SDM di UPT Perlindungan Konsumen Malang maka apabila dalam 1 hari perlu menjalankan 2 program kerja sekaligus seperti contohnya pengawasan dan pembinaan IKM maka jumlah staff yang dinas keluar perlu dikurangi dan diatur ulang, sebab tetap harus ada staff yang tinggal di kantor”.

Dari paparan di atas dapat disimpulkan bahwa kekurangan SDM sangat berpengaruh dalam jalannya program kerja di UPT Perlindungan Konsumen Malang. Oleh karena itu, untuk mengatasi kendala internal yakni kekurangan Sumber Daya Manusia (SDM) di UPT Perlindungan

Konsumen Malang, UPT Perlindungan Konsumen Malang melaksanakan upaya untuk menyurati dinas perindustrian dan perdagangan guna mengusulkan perkara kekurangan SDM dibagian yang dibutuhkan.

Bapak Dhiska selaku Staff PTT-PK yang diperbantukan di seksi PPBJ, menuturkan bahwa:

”UPT Perlindungan Konsumen bukan lembaga yang bisa merekrut sendiri karyawannya sendiri, sehingga untuk menanggulangi kendala internal berupa kekurangan SDM ini, satu-satunya hal yang dapat dilakukan yakni pengusulan penambahan staff ke dinas, sehingga dibutuhkan waktu yang lumayan lama untuk mendapat penambahan staff.”

2) Faktor External

Kurangnya pengetahuan pelaku usaha akan kewajiban dan haknya ketika menjual produk yang tercantum dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2021 tentang penetapan barang yang wajib menerapkan atau melengkapi label bahasa Indonesia menjadi kesulitan tersendiri dalam melakukan pengawasan yang dialami UPT Perlindungan Konsumen Malang, sebab sering kali ditemukan pelaku usaha yang enggan untuk diawasi.

Menurut Pak Taryono selaku ketua seksi pengawasan, beliau menuturkan bahwa :

”Sering kali pelaku usaha salah tangkap atau ketakutan sendiri ketika staff pengawas datang, hal ini terjadi karena pelaku usaha takut barang dagangannya akan dibawa dan disita, padahal cara kerja UPT Perlindungan Konsumen tidak demikian. Ketakutan

pelaku usaha ini didukung dengan sistem pengawasan yang dilakukan *on the spot*, jadi tidak ada pemberitahuan terlebih dahulu. Faktanya UPT Perlindungan Konsumen Malang merupakan badan yang bertugas untuk melakukan pengawasan, pembinaan serta memberi edukasi pada pelaku usaha. Terdapat prosedur yang panjang sampai akhirnya ada tindakan seperti penyitaan ataupun keluarnya rekomendasi untuk mencabut izin usaha apabila terdapat temuan seperti yang telah dipaparkan diatas, namun apabila pelaku usaha kooperatif hal demikian tidak perlu sampai dilakukan.”

Menanggapi kendala external ini, UPT Perlindungan Konsumen Malang berupaya untuk lebih menggercarkan pembinaan pada pelaku usaha, hal ini dapat dilakukan secara langsung ketika melakukan pengawasan seperti yang telah dilakukan saat ini atau dapat pula dibuat forum pembinaan seperti pada konsumen cerdas. Sedangkan solusi yang diberikan UPT Perlindungan Konsumen Malang untuk mengatasi ketakutan pelaku usaha ketika adanya pengawasan *on the spot* atau dalam hal ini mendadak, dapat ditanggulangi dengan pendekatan secara halus melalui perkenalan, memperlihatkan surat tugas serta menginformasikan maksud serta tujuan kedatangan, sehingga pelaku usaha faham dan dapat bersikap kooperatif.

3) Faktor Sarana (pengawasan *online*)

Dalam hal pengawasan *online* banyak faktor penghambat dalam jalannya pengawasan pencantuman label Bahasa Indonesia pada barang dan produk tekstil yakni:

- a. Belum tercantum alamat jelas dimana toko *online* berada,

Hal ini membuat pengawasan dilakukan dengan hanya mencari wilayah kota/kabupaten dimana toko beroperasi pada setiap *platform e-commerce*.

- b. Kurangnya respon pelaku usaha terhadap hasil pengawasan, Seperti halnya pengawasan biasa, pengawasan pencantuman label Bahasa Indonesia pada peredaran barang dan produk tekstil juga dilakukan dengan metode kasat mata, jadi apabila label Bahasa Indonesia tidak terlihat pada foto produk yang ditampilkan pada toko ketika dilakukan pengawasan secara kasat mata, maka akan ada pemberitahuan untuk pengecekan lebih lanjut, nah pada tahap ini biasanya tidak ada *feedback* atau respon dari pelaku usaha ketika seksi pengawas menyurati pelaku usaha tersebut.

Pak Taryono selaku Kasi Pengawasan Barang Beredar dan Jasa memaparkan bahwa:

”Hal ini kembali lagi pada kurangnya pengetahuan dari pelaku usaha, apabila ingin ditindak lebih lanjut pun akan memakan waktu yang lama karena kurangnya informasi terkait letak toko dan informasi pribadi pelaku usaha seperti nama, nomor telpon dan lain sebagainya”.

Penjelasan terkait Upaya UPT Perlindungan Konsumen Malang dipaparkan oleh Pak Dhiskha selaku selaku Staff PTT-PK yang diperbantukan di seksi PPBJ, menuturkan bahwa:

”Dan dalam perkara ketidakadaan respon dari pelaku usaha terhadap hasil pengawasan online, staff pengawas UPT Perlindungan Konsumen Malang mengupayakan untuk terus menyurati pelaku usaha tersebut karena tidak ada tindakan lain yang dapat dilakukan selain hal tersebut. Sebab apabila dilakukan sesuai prosedur dalam hal ini diberi teguran, kemudian peringatan

sampai pada tahap rekomendasi penutupan toko pada platform e-commerce pun, faktanya hal ini tidak terlalu berdampak pada pelaku usaha, sebab pelaku usaha dengan mudahnya dapat membuat kembali toko serupa dengan hanya mengganti namanya saja. Oleh sebab itu perlu digencarkan kembali pembinaan terhadap pelaku usaha khususnya pelaku usaha yang berniaga dalam platform online (e-commerce).”

Berdasarkan 3 kendala diatas, disimpulkan bahwa segala upaya yang dilaksanakan oleh UPT Perlindungan Konsumen Malang memerlukan waktu yang lama untuk dapat teratasi. Hal ini disebabkan karena beragam faktor yang sebagian besarnya disebabkan oleh kurangnya pengetahuan pelaku usaha, sehingga selain mengedukasi konsumen melalui forum konsumen cerdas, tampaknya pelaku usaha juga perlu untuk lebih diperhatikan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- 1) Dari temuan dan analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa bentuk pengawasan UPT Perlindungan Konsumen Malang ada 3 jenis yaitu Pengawasan Berkala yakni dalam konteks ini pengawasan bulanan yang dilaksanakan UPT Perlindungan Konsumen Malang, Pengawasan Khusus yang mana dilaksanakan pada periode tertentu seperti pada hari raya. Pengawasan Terpadu yakni pengawasan tindak lanjut apabila didapati suatu temuan ketika melakukan pengawasan berkala dan khusus. Jenis pengawasannya bersifat langsung dan tidak langsung (*online*). Pengawasan pada toko maupun pelaku usaha dilaksanakan dengan metode sampling. Pengawasan UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam pencantuman label Bahasa Indonesia pada barang dan produk tekstil dilakukan dengan menggunakan Metode Kasat Mata yakni melibatkan pengamatan langsung dan secara terkonsentrasi terhadap penandaan pada produk dan kemasan, atau dalam penelitian berbentuk label. Apabila ditemukan suatu temuan atau terdapat dugaan pelanggaran perlindungan konsumen maka perlu untuk dilakukan pengawasan tindak lanjut.
- 2) Kendala yang dihadapi UPT Perlindungan Konsumen Malang digolongkan menjadi 3 faktor yakni Kendala Faktor Internal yang disebabkan oleh kurangnya SDM yang sangat mempengaruhi jalannya program kerja UPT Perlindungan Konsumen Malang. SDM menjadi satu-satunya faktor internal yang menghambat kelancaran operasional UPT Perlindungan Konsumen

Malang. Dalam menanggulangi faktor internal UPT Perlindungan Konsumen Malang berupaya untuk menyurati Dinas Perindustrian dan Perdagangan guna mengusulkan penambahan staff. Selain itu kurangnya pengetahuan pelaku usaha menjadi faktor penghambat dari sisi internal maupun sarana dalam pengawasan pencantuman label Bahasa Indonesia pada barang dan produk tekstil. Pada faktor sarana UPT Perlindungan Konsumen Malang juga terkendala pada kurangnya respon dan informasi pelaku usaha ketika melakukan pengawasan online, sehingga sulit pengawasan sedikit banyaknya menjadi terkendala. Dan solusi yang diupayakan UPT Perlindungan Konsumen Malang yakni dengan harus lebih mengencarkan pembinaan pada pelaku usaha agar tujuan mewujudkan konsumen berdaya dan pelaku usaha bertanggungjawab dapat segera terwujud.

2. Saran

Penelitian dalam skripsi ini masih dan sangat membutuhkan masukan yang bersifat memperbaiki maupun melanjutkan dari topik pembahasan. Sehingga diharapkan adanya saran dan nasihat-nasihat untuk memperbaiki dan menghasilkan hasil yang lebih baik dan relevan sesuai kebutuhan dan permasalahan jaman.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Amirudin dan Zainal Asikin. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rajawali Pers, 2003.
- Angipora, Marinus. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Ashshofa Burhan. *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004
- AW trulstrup. *The Consumers in American Society, Personal and Family Finance*, Ed 5, New York: Mc Graw Hill, 1974.
- Az. Nasution. *Hukum Perlindungan Konsumen sebagai Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2002.
- Az. Nasution. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2001.
- Comy R. Setiawan. *Metode Penelitian Kualitatif – Jenis, Karakter, dan Keunggulannya*, Jakarta: Grasindo, 2010.
- Faisal Badroen et all. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2007.
- Fakultas Syari'ah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Malang: UIN Press, 2015.
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo, 2000.
- Kristianti, Tri. Celina. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2011.
- Miru, Ahmadi, dan Sutarnan Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Muhammad dan Alimin. *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE, 2004.
- Mukhtar Yahya dan Fatchurrahman. *Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islam*, Bandung: Al-ma'arif, 1986.

- Octarina, Dyah dan A'an Efendi. *Penelitian Hukum (Legal Research)*, Jakarta: Sinar Grafika, 2015.
- Rachman, Abdul, Arifin. *Administrasi Pemerintahan Dalam Pembangunan*, Jakarta: CV. Haji Mas Agung, 2001.
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Grasindo, 2000.
- Siagian, Sondang. *Prinsip-prinsip Dasar Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jilid I, Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara, 2004.
- Situmorang. *Aspek Hukum Pengawasan Melekat Dalam Lingkungan Aparatur Pemerintah*. Jakarta : Rineka Cipta, 1998.
- Soemitro, Hanitijo, Ronny. *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1999.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R dan D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Swastha, Basu, *Asas-Asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty, 1989.
- Syawali, Husni dan Neni Sri Imaniyati. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju, 2000.
- Waluyo, Bambang, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Yusuf Qardhawi. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Jakarta: Gema Insani, 1997.

Jurnal

- Amanda Tikha Santriati dan Dwi Runjani Juwita, "Perlindungan Hak Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999", *Opinia De Journal*, Vol. 2 No. 2, (2022): 36 <https://ejournal.stainumadiun.ac.id/index.php/opinia/article/view/30/28>
- Andriansyah dan Ahmad Tarmizi Yussa, "Pengawasan Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Dalam Peredaran Minuman Beralkohol Di Kota Pekanbaru (Studi di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru)", *Publika*, Vol 3, No.1 (2017): 1-12
<https://journal.uir.ac.id/index.php/JIAP/article/view/1734/1062>

- Apriliyanti, Putri, Dwi, "Fungsi Pengawasan UPT. Perlindungan Konsumen Medan Dalam Peredaran Makanan Kemasan Di Kota Medan", Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (2021): 4, <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/15671>
- Bambang Waluyo, Handoyo Prasetyo, Subakdi, "Analisis Yuridis Terhadap Kewajiban Pencantuman Label Berbahasa Indonesia Pada Barang Yang Diperdagangkan Dalam Negeri", *Jurnal Yuridis* Vol. 7 No. 2, Desember 2020: 325-344
<https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/Yuridis/article/view/2260/pdf>
- Dhea Ananda Adam, Nirwan Junus, Julius T. Mandjo, Muhammad Khairun Kurniawan Kadir, Karlin Z. Mamu, "Problematika Perlindungan Terhadap Konsumen Pakaian Bekas", *Jurnal Ganec Swara* Vol. 18, No.1 (2024), 155-162
https://www.researchgate.net/publication/378724756_Problematika_Perlindungan_Terhadap_Konsumen_Pakaian_Bekas
- M. Zikwan, Nahei, "Bisnis Dalam Islam (Implementasi Prinsip-Prinsip Islam Dalam Aktifitas Ekonomi Bisnis)", *Jurnal Al-Idarah*, Volume 4, No 2, (2023): 121-131
<https://www.journal.ibrahimy.ac.id/index.php/idarrah/article/view/3518/1899>
- Made Isma Amanda Swadesi, I Nyoman Putu Budiarta dan Ni Made Puspasutari Ujiant, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Label Berbahasa Asing Dalam Suatu Produk Kosmetik", *Jurnal Analogi Hukum*, 3 (3) (2021), 344–349
<https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/analogihukum/article/view/4545/3096>
- Nabila, Sulistia, Jihan, dan Rani Apriani, 'Aturan Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Label Yang Mencakup Suatu Produk', *Legal Spirit*, Volume 6, (2), Desember 2022: 239-250 <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/jhls/>

Nadila Novalyn Karim, Mutia Ch, Thalib, Julius T. Mandjo, ‘Penghambat Pencantuman Label Terhadap Produk Makanan Dan Minuman Impor Yang Tidak Berlabel Bahasa Indonesia”, *Journal of Comprehensive Science* Vol. 2 No. 6 (2023),
<https://jcs.greenpublisher.id/index.php/jcs/article/download/366/359>

Sumber Lain

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, ”Unit Pelaksana Teknis (UPT)”, Disperindag Prov. Jawa Timur, 10 Juni 2012
<https://disperindag.jatimprov.go.id/profile/about?content=unit-pelaksana-teknis-upt>

Evita Defega, ”Teknologi Masyarakat Indonesia: Malas Baca Tapi Cerewet di Medsos”, *Kominfo*, 10 Oktober 2017, diakses 13 November 2023,
https://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan_media

M. Yusri, ”Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam”, diakses pada tanggal 21 Februari 2024, dikutip dari
<http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jphi/article/>

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 77 Tahun 2019 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 85/M-Dag/Per/10/2015 Tentang Ketentuan Impor Tekstil Dan Produk Tekstil

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 – Surat Pra Penelitian



PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
UNIT PELAKSANA TEKNIS PERLINDUNGAN KONSUMEN MALANG
Jalan Aries Munandar No. 24 Telp. 0341-362956, Fax. 0341- 359783 Kode Pos 65119
Email : pkmtg.indagjatim@gmail.com
MALANG

Malang, 06 September 2023

Nomor : 423.4 / 738 / 125.7.13 / 2023
Sifat : Segera
Lampiran : -
Hal : Pra-Penelitian di UPT
Perlindungan Konsumen Malang

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syariah
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Jl. Gajayana No. 50 Malang
di -
Tempat

Menunjuk surat Saudara Nomor : B-6177/F.Sy.1/TL.01/08/2023 tanggal 01 September 2023 Perihal Pra-Penelitian atas nama Alfira Rosa Damayanti, NIM 200202110114, maka bersama ini disampaikan bahwa mahasiswa tersebut sudah melakukan Pra-Research pada tanggal 05 September 2023 pada UPT Perlindungan Konsumen Malang Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur.

Demikian untuk menjadi maklum..

KEPALA UPT
PERLINDUNGAN KONSUMEN MALANG


MUHAMMAD HAMID PELU, S.E., M.Ak.
Pembina
NIP. 19670605 199403 1 013

Lampiran 2 – Surat Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH
Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399 Faksimile (0341)559399
Website: <http://syariah.uin-malang.ac.id> E-mail: syariah@uin-malang.ac.id

Nomor : B- 2123 /F.Sy.1/TL.01/01/2024
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Malang, 26 Februari 2024

Kepada Yth.
Kepala UPT Perlindungan Konsumen Malang
Jl. Aries Mumandar No.24, Kiduldalem, Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa Timur 65119

Assalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir/skripsi mahasiswa kami:

Nama : Alfira Rosa Damayanti
NIM : 200202110114
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

mohon diperkenankan untuk mengadakan penelitian dengan judul :
Pengawasan Pencantuman Label Bahasa Indonesia Pada Peredaran Barang Dan Produk Tekstil (Studi di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur UPT Perlindungan Konsumen Malang), pada instansi yang Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian, atas perhatian dan perkenan Bapak/Ibu disampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

Scan Untuk Verifikasi



Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah
3. Kabag. Tata Usaha



Lampiran 3 – Draft Pertanyaan Wawancara

LIST PERTANYAAN WAWANCARA SEKSI PENGAWAS UPT PERLINDUNGAN KONSUMEN MALANG

1. Apa yang dilakukan Disperindag khususnya UPT Perlindungan Konsumen Malang untuk mewujudkan konsumen berdaya dan pelaku usaha bertanggung jawab?
2. Bagaimana langkah UPT Perlindungan Konsumen untuk mempertahankan Indeks Kinerja saat ini – konsumen (mampu) & pelaku usaha (tertib), karena seperti yang sudah diketahui pernah terjadi penurunan di tahun 2022?
3. Di Permendag No. 79 Tahun 2019 ada 26 jenis barang dan produk tekstil yang wajib Berbahasa Indonesia, apakah kesemua jenis ini diawasi, atau hanya diambil beberapa untuk sampling?
4. Bagaimana cara menentukan pelaku usaha mana yang perlu dilakukan pengawasan?
5. Pengawasan online adalah pengawasan jenis baru, bagaimana awal mula adanya pengawasan tersebut?
6. Bagaimana prosedur pengawasan online? Dan menggunakan platform apa?
7. Bagaimana cara menentukan pelaku usaha online yang akan diawasi?
8. Bagaimana bentuk pengawasan pencantuman Label Bahasa Indonesia pada peredaran barang dan produk tekstil?
9. Langkah apa yang dilakukan UPT Perlindungan Konsumen apabila ditemukan suatu temuan?
10. Langkah apa yang dilakukan UPT Perlindungan Konsumen apabila ada pelaku usaha yang enggan untuk diawasi?
11. Adakah kendala yang dialami saat pengawasan baik secara internal, eksternal maupun sarana (online)?
12. Langkah apa yang dilakukan untuk menghadapi kendala yang ada?

LIST PERTANYAAN WAWANACARA PELAKU USAHA

1. Apakah bapak/ibu mengetahui bahwasanya terdapat pengawasan terhadap barang beredar?
2. Apakah bapak/ibu memahami bahwasanya pengawasan barang beredar dilakukan guna memberikan edukasi kepada pelaku usaha sekaligus mewujudkan perlindungan konsumen?
3. Bagaimana sikap bapak/ibu apabila dilakukan pengawasan?
4. Apakah bapak/ibu mengerti berkas dan barang apa saja yang diawasi?
5. Bagaimana sikap bapak/ibu apabila ditemukan suatu temuan?
6. Bagaimana efek pengawasan terhadap pelaku usaha?

Lampiran 4 – Dokumentasi Wawancara



Figure 1 Pengawasan Kasat Mata Pada Barang dan Produk Tekstil



Figure 2 Pengawasan Tindak Lanjut



Figure 3 Wawancara Pra Penelitian Bersama Pak Taryono



Figure 4 Wawancara Penelitian Bersama Pak Dhiskha

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Alfira Rosa Damayanti
Tempat/Tanggal Lahir : Banyuwangi, 18 September 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Prejengan II Rogojampi, rt 03/rw04, Banyuwangi, Jatim, 68462
E-mail : alfirarosa778@gmail.com
Sosial Media (Instagram) : @alfirarosaa_
Nomor HP : 081249480792

Riwayat Pendidikan

| No. | Jenjang Pendidikan | Nama Instansi | Tahun |
|-----|--------------------|-------------------------------------|-------------|
| 1 | SD/MI | SD Negeri 01 Rogojampi | 2007 – 2013 |
| 2 | SMP/MTS | PMDG Putri Kampus 1 | 2013 - 2016 |
| 3 | SMA/MA | PMDG Putri Kampus 1 | 2016 - 2019 |
| 4 | S1 | UIN Maulana Malik Ibrahim Malang | 2020 - 2024 |