

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PRODUK
SKINCARE WHITE LABEL (STUDI HUKUM POSITIF YANG BERLAKU
DI INDONESIA DAN PRINSIP-PRINSIP MUAMALAH)**

SKRIPSI

OLEH:

Diyan Prasetyo

NIM 18220051



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

2024

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PRODUK
SKINCARE WHITE LABEL (STUDI HUKUM POSITIF YANG BERLAKU
DI INDONESIA DAN PRINSIP-PRINSIP MUAMALAH)**

SKRIPSI

OLEH:

Diyan Prasetyo

NIM 18220051



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

2024

PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan,
Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PRODUK
SKINCARE WHITE LABEL (STUDI HUKUM POSITIF YANG BERLAKU
DI INDONESIA DAN PRINSIP-PRINSIP HUKUM MUAMALAH)**

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Jika dikemudian 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, 2 Mei 2025

Penulis,



Diyan Prasetyo

NIM. 18220051

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Diyan Prasetyo NIM: 18220051 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul: **"PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PRODUK *SKINCARE WHITE LABEL* (STUDI HUKUM POSITI YANG BERLAKU DI INDONESIA DAN PRINSIP-PRINSIP HUKUM MUAMALAH)"**. maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diujikan oleh Majelis Dewan Penguji.

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah



Prof. Dr. Fakhruddin, M.H.I.
NIP. 197408192000031002

Malang, 2 Mei 2025
Dosen Pembimbing,



Iffaty Nasyiah, M.H.
NIP. 197606082009012007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Gajayana 50 Malang, Telp. (0341) 572533 Fax. (0341) 572533

BUKTI KONSULTASI

Nama : Diyan Prasetyo
NIM : 18220051
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Pembimbing : Iffaty Nasyi'ah, M.H.
Judul Skripsi : **Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk White Label (Studi Hukum Positif Yang Berlaku Di Indonesia Dan Prinsip-Prinsip Muamalah)**

Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
Kamis, 11 Mei 2023	Proposal	
Jum'at, 19 Mei 2023	Revisi Proposal	
Kamis, 25 Mei 2023	Revisi Proposal	
Kamis, 1 Juni 2023	ACC Proposal	
Kamis, 12 September 2024	BAB I,II,III	
Jum'at, 13 September 2024	Revisi BAB I,II,III	
Kamis, 19 September 2024	BAB IV	
Kamis, 26 September 2024	Revisi BAB IV	
Kamis, 24 Oktober 2024	Abstrak	
Rabu, 20 November 2024	ACC Skripsi	

Malang, 2 Mei 2025

Mengetahui,

An. Dekan

Ketua Program Studi HES

Prof. Dr. Fakhrudin, M.HI

NIP. 197408192000031002

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi saudara Diyan Prasetyo, NIM 18220051, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PRODUK *SKINCARE WHITE LABEL* (STUDI HUKUM POSITIF YANG BERLAKU DI INDONESIA DAN PRINSIP-PRINSIP MUAMALAH)** Telah dinyatakan lulus dengan nilai B+ (83).

Dengan Penguji:

1. Mahbub Ainur Rofiq, S.HI., M.H.

NIP. 198811302023211016

2. Iffaty Nasyiah, M.H.

NIP. 197606082009012007

3. Risma Nur Arifah, S.HI., M.H.

NIP. 198408302019032010

()

Ketua

()

Sekretaris

()

Penguji Utama

Malang, 2 Mei 2025



Prof. Dr. Sudirman, M.A.

NIP. 197708222005011003

MOTTO

لَا تَمْلِكُ شَيْئًا وَلَا يَمْلِكُ شَيْءٌ

“Kamu tidak terikat dengan sesuatu dan sesuatu tidak mengikatmu”

(Prof. DR. Kyai H. Achmad Mudlor, S.H.)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **”Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk *Skincare White Label* (Studi Hukum Positif yang Berlaku Di Indonesia dan Prinsip-Prinsip Muamalah)”** dapat terselesaikan dengan baik.

Shawalat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. yang sudah menuntun kita dari zaman kegelapan menuju jalan yang terang benderang yakni *addinul Islam*. Semoga kita menjadi orang yang mendapatkan *syafa’at* dihari akhir kelak. Dengan segala upaya dan bantuan dari beberapa pihak, bimbingan, pengarahan, diskusi dan motivasi dalam proses penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati perkenankan penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada batas kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Sudirman, M.A. selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Fakhruddin, M.HI. selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Noer Yasin, M.HI. selaku Dosen Wali penulis selama menempuh studi di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana

Malik Ibrahim Malang. Penulis sampaikan banyak terimakasih kepada beliau yang telah memberikan arahan dan bimbingan, serta semangat motivasi selama menempuh perkuliahan.

5. Iffaty Nasyiah, M.H. selaku Dosen Pembimbing dalam pengerjaan skripsi ini. Penulis ucapkan terima kasih atas waktu yang telah beliau luangkan, atas kesabaran beliau untuk tetap memberikan bimbingan, motivasi, serta arahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga beliau dan keluarga diberi kesehatan, rezeki yang berkah dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
6. Segenap Dosen, staf, dan karyawan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah bersedia memberikan pengajaran, didikan, bimbingan serta ilmunya.
7. Kepada kedua orang tua penulis (Bapak dan Ibu) yang selalu mendoakan yang terbaik agar penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan lancar dan segenap keluarga penulis sampaikan terima kasih.
8. Kepada Segenap Keluarga Ndalem Pesantren Luhur Malang yang telah memberikan asupan ilmu dan dukungan spiritual sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar, penulis sampaikan terima kasih.
9. Kepada Mas Kefi dan Mas Yusron yang telah memberikan masukan-masukan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, penulis sampaikan terima kasih.
10. Kepada teman-teman, senior dan adik-adik saya di tempat saya tinggal dan menuntut ilmu Pesantren Luhur Malang yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan dukungan dan semangatnya.

11. Dan kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terima kasih

Semoga ilmu yang saya peroleh di Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dapat bermanfaat dan bisa diamalkan. Semoga hasil skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembacanya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Malang, 2 Mei 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Diyan', with a long horizontal flourish underneath.

Diyan Prasetyo

NIM. 18220051

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. UMUM

Pedoman transliterasi adalah pedoman pemindah alihan bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia atau latin, dan bukan terjemahan dari bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. Adapun yang dapat dimasukkan dalam kategori ini yaitu nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya atau sesuai dengan yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Selain itu, penulisan judul buku dalam *footnote* ataupun daftar pustaka juga menggunakan ketentuan dalam transliterasi ini.

Terdapat banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah. Dalam hal ini Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan pedoman transliterasi berdasarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tanggal 22 Januari 1988, No. 158/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku pedoman Transliterasi Bahasa Arab (*A Guide to Arabic Transliteration*) INIS Fellow 1992.

B. KONSONAN

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel 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	ه	h
ش	sh	ء	’
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vocalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika hamzah (ء) terletak ditengah atau akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

C. VOCAL

Vocal bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

Vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fatḥah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Ḍammah	U	U

Vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَي	Fatḥah dan ya	Ai	A dan I
أَوْ	Fatḥah dan wau	Iu	A dan U

Contoh:

كَيْفَ : *kaiifa*

هَوَّلَ : *haulā*

D. TA MARBUTHA

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fatḥah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَيْدِيَّةُ : *al-madīnah al-fāḍīlah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

E. KATA SANDANG

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma'arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar(-). Contohnya:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalah* (bukan *az-zalzalah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

F. PENULISAN KATA ARAB YANG LAZIM DIGUNAKAN DALAM BAHASA INDONESIA

Kata, istilah dan kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. kata istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas.

Misalnya kata Alquran (dari *al-Qur'ān*), sunnah, hadis, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-Qur'ān

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

Al-'Ibārāt Fī 'umūm al-Lafz lā bi khusūṣ al-sabab

G. LAFZ AL-JALĀLAH (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnullāh*

Adapun *ta marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fī raḥmatillāh*

H. HURUF KAPITAL

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlalu (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat bulan) dan huruf pertama permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang

ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR. Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi'a lallaẓī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍōn al-laẓi unzila fih al-Qur'ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūs

Abū Naṣr al-Farōbī

Al-Gazālī

Al-munqiz min al-Ḍalāl

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
BUKTI KONSULTASI.....	iv
PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xxi
ملخص البحث	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	2
A. Latar Belakang	2
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Metode Penelitian.....	10
1. Jenis Penelitian	10
2. Pendekatan Penelitian.....	11

3. Sumber Bahan Hukum	11
4. Metode Pengolahan Data Bahan Hukum	12
F. Penelitian Terdahulu.....	13
G. Sistematika Pembahasan.....	23
BAB II KAJIAN PUSTAKA	25
A. Definisi Perlindungan Hukum	25
B. Prinsip-Prinsip Dasar Muamalah	28
C. Bentuk Perlindungan Konsumen.....	32
D. Pengertian Mengenai Label	33
E. Pengertian Mengenai Merek	35
F. Pelaku Usaha	36
G. Konsumen	39
H. Konsep <i>White Label</i>	42
I. Konsep Pertanggung Jawaban.....	43
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Pengaturan Hukum Mengenai Produk <i>White Label</i> di Indonesia.....	46
B. Produk <i>White Label</i> Berdasarkan Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen	
55	
C. Produk <i>White Label</i> Berdasarkan Prinsip-Prinsip Muamalah.....	62
BAB IV PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	17
----------------	----

ABSTRAK

Diyan Prasetyo, 18220051, 2024, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk *Skincare White Label* (Studi Hukum Positif yang Berlaku di Indonesia dan Prinsip-Prinsip Muamalah) Skripsi. Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: Iffaty Nasyiah, M.H.

Kata Kunci: Produk *Skincare White Label*, Konsumen, Perlindungan Hukum, UU Perlindungan Konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis produk *skincare white label* berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan hukum positif yang berlaku di Indonesia. Metode yang digunakan penelitian ini adalah jenis penelitian yuridis normatif dengan pendekatan undang-undang untuk menelaah regulasi dan kasus sesuai dengan isu hukum yang diambil. Sumber penelitian ini diperoleh dari bahan hukum primer melalui proses literasi, mengkaji dan menganalisis peraturan perundang-undangan serta melakukan studi kepustakaan mengenai kasus produk *skincare white label*. Dalam kasus ini kemudian dianalisis menggunakan perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis dan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 20 Tahun 2021 tentang label untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen serta pertanggungjawaban pelaku usaha produk *white label* kepada konsumen yang telah dirugikan. Bahan hukum berupa bahan hukum primer dan skunder yang dikaji dengan analisis kualitatif berdasarkan undang-undang yang berkaitan dengan penelitian ini. Hasil dari penelitian ini adalah menyarankan bahwa upaya penegakan dan pembinaan pelaku usaha produk *white label* untuk menyantumkan label dengan memuat informasi yang jelas, jujur dan tidak menyesatkan serta menjamin keamanan produk sebelum dipasarkan kepada konsumen sebagai hak konsumen yang telah diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen. Dalam hal ini diperlukan peran pemerintah untuk menegakkan dan memberikan sosialisasi terkait hak konsumen kepada masyarakat agar tidak memberi ruang pelaku usaha produk *white label* untuk mengabaikan kewajiban dan berbuat kecurangan dalam menjalankan usahanya.

ABSTRACT

Diyan Prasetyo, 18220051, 2024, Legal Protection for Consumers of White Label Skincare Products (A Study of Indonesia's Consumer Protection Law No. 8 of 1999 and Applicable Positive Law) Thesis. Sharia Economic Law Study Program of the Sharia Faculty, State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang. Supervisor: Iffaty Nasyiah, M.H.

Keywords: White Label Skincare Products, Consumers, Legal Protection, Consumer Protection Law.

This research aims to analyse white-label skincare products based on Indonesia's Consumer Protection Law No. 8 of 1999 and other applicable positive laws. This research employs a normative legal research method with a statutory approach to analyse regulations and cases related to the legal issue at hand. Primary legal materials were obtained through a literature review, analysing laws and regulations, and conducting a literature study on cases involving white label skincare products. These cases were then analysed from the perspective of Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection, Law No. 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications, and the Food and Drug Monitoring Agency Regulation No. 20 of 2021 on Labelling to determine the legal protection afforded to consumers and the liability of white label product businesses towards harmed consumers. Primary and secondary legal materials were analysed qualitatively based on the relevant laws. The research suggests that efforts should be made to enforce regulations and educate white label product businesses to provide clear, honest, and non-misleading information on product labels and to ensure product safety before marketing them to consumers, as this is a consumer right enshrined in consumer protection laws. The government should play a role in enforcing these regulations and educating the public about consumer rights to prevent white-label businesses from neglecting their obligations and engaging in fraudulent practices.

ملخص البحث

ديبان براسيتيو، ١٨٢٢٠٠٥١، ٢٠٢٤، الحماية القانونية للمستهلكين تجاه منتجات *Skincare White Label* (دراسة للقانون رقم 8 لسنة 1999 بشأن حماية المستهلك والقانون الإيجابي الساري في إندونيسيا) - رسالة جامعية. كلية دراسة قانون الاقتصاد الشرعي، كلية الشريعة، جامعة الحكومية الإسلامية مولانا مالك إبراهيم مالانج. المشرفة: عفتي نصيه، M.H.

الكلمات الرئيسية : منتجات *skincare white label* ، المستهلكون ، الحماية القانونية، قانون حماية المستهلك.

يهدف هذا البحث إلى دراسة منتجات *skincare white label* في ضوء القانون رقم 8 لسنة 1999 بشأن حماية المستهلك، بالإضافة إلى القوانين الإيجابية السارية في إندونيسيا. يعتمد هذا البحث على منهجية البحث القانوني النظري من خلال مقارنة قانونية تهدف إلى تحليل اللوائح والقضايا المرتبطة بالإشكالية القانونية المطروحة. تم جمع مصادر البحث من مواد قانونية أولية وثانوية عبر مراجعة الأدبيات القانونية، ودراسة القوانين والتشريعات ذات الصلة، بالإضافة إلى استعراض الحالات المتعلقة بمنتجات *skincare white label* تُحلّل هذه القضايا من منظور القانون رقم 8 لسنة 1999 بشأن حماية المستهلك، والقانون رقم 20 لسنة 2016 المتعلق بالعلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية، وكذلك لائحة هيئة مراقبة الأدوية والأغذية رقم 20 لسنة 2021 بشأن وضع العلامات. ويهدف التحليل إلى فهم مستوى الحماية القانونية المقدمة للمستهلكين، بالإضافة إلى تحديد مسؤولية أصحاب الأعمال الذين ينتجون هذه المنتجات تجاه المستهلكين الذين قد يتعرضون للضرر. تتم دراسة المواد القانونية باستخدام التحليل النوعي بناءً على القوانين ذات العلاقة بالبحث. تشير نتائج البحث إلى أهمية تعزيز الجهود في توعية أصحاب الأعمال بشأن الالتزام بوضع علامات واضحة وصادقة وغير مضللة على المنتجات، لضمان سلامة المستهلكين وفقاً لما تنص عليه قوانين حماية المستهلك. كما يُبرز البحث دور الحكومة في تطبيق القوانين وتكثيف التوعية بحقوق المستهلكين، بما يحد من إمكانية وقوع ممارسات غير مسؤولة من قبل أصحاب الأعمال، مما يعزز الثقة بين المستهلكين وأصحاب المنتجات في السوق.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zaman yang terus bergerak maju mengikat manusia untuk selalu berinovasi seiring perkembangan zaman. Bukan hanya *update* masalah sains dan teknologi saja, namun penting juga mengetahui dunia perekonomian saat ini. Pesatnya perkembangan perekonomian, menghadirkan aneka produk barang hingga pelayanan. Adanya digitalisasi dan pesatnya teknologi menciptakan dunia yang tidak terikat dengan ruang dan waktu. Siklus penggunaan produk barang hingga layanan jasa memiliki aksesibilitas yang fleksibel, efisien hingga terbebas ruang dan waktu, hal ini berdampak kepada dinamika produsen dalam memproduksi produknya.

Sudah menjadi konsekuensi wajib jika kemajuan teknologi dan industri akan memperjauh polarisasi *lifestyle* dari masyarakat kekinian dan klasik. Transaksi secara sederhana yang mempertemukan produsen dan konsumen merupakan pola transaksi yang digunakan oleh masyarakat klasik dalam pemenuhan kebutuhannya. Sedangkan pemenuhan kebutuhan dengan menggunakan pola produksi massal atas suatu produk digunakan oleh masyarakat modern yang berdampak terhadap terciptanya konsumen secara simultan. Siklus ekonomi masyarakat modern berdampak pada transparansi

mekanisme produksi beserta identitas produsen, sehingga berpotensi produksi dilakukan di luar wilayah negara Indonesia.¹

Pemerintah berperan sebagai pihak yang memfasilitasi, meregulasi, hingga menjadi katalisator dalam usaha mewujudkan persaingan usaha yang sehat dengan memperhatikan aspek keberlanjutan pasar. Hal tersebut diperlukan untuk melindungi kepentingan ekonomi nasional dari pesatnya globalisasi ekonomi, sehingga kesejahteraan ekonomi nasional dapat terjamin. Peran pemerintah bertujuan untuk meregulasi perilaku bisnis untuk menjaga persaingan usaha yang sehat antar pengusaha dengan menetapkan standarisasi yang diberlakukan secara menyeluruh. Hal ini akan berdampak pada perilaku bisnis dari para produsen hingga konsumen yang saling dilindungi.

Negara hukum menganut sebuah sistem perlindungan kepada seluruh masyarakatnya, perlindungan yang diberikan berupa pencegahan dan penyelesaian. Perlindungan hukum yang bersifat mencegah atau *preventif* secara substansial mengatur pemerintah dalam menetapkan sebuah kebijakan dengan maksud membatasi pemerintah dari tindak sewenang-wenang yang tidak merugikan masyarakat. Perlindungan hukum yang bersifat penyelesaian merupakan sebuah instrument *ultimum remedium* yang berperan menyelesaikan berbagai sengketa yang ada.

Negara Indonesia dalam menjalankan perlindungan kepada masyarakat dengan artian konsumen menerbitkan berbagai kebijakan dan keputusan yang dimanifestasikan dalam sebuah regulasi sebagai peran pemerintah

¹ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h.1.

mewujudkan perlindungan hukum *preventif*. Hal diwujudkan dengan berdasarkan Undang-Undang Dasar 1945 dalam meregulasi aturan ekonomi.

Pada siklus ekonomi, pemenuhan hak dan kewajiban dalam suatu hubungan ekonomi atau transaksi merupakan kewajiban para pihak yang terikat, konsumen bersama pelaku usaha keduanya memiliki hak yang sama dan hak tersebut dijamin melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen. Selain itu manifestasi perlindungan berupa diaturnya suatu perbuatan yang dilarang beserta tanggung jawab hukum dari pihak konsumen dan pelaku usaha. Aturan yang melindungi konsumen tersebut dirinci pada aturan-aturan yang lebih khusus diantaranya, Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan, Undang-Undang No. 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan, Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal dan aturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Kesemua aturan tersebut terintegrasi dalam sistem hukum mengacu kepada UUPK.²

Peraturan-peraturan di atas merupakan bentuk nyata usaha pemerintah dalam melindungi konsumen di Indonesia. Namun dengan berkembangnya waktu, praktik bisnis atau jual beli akan berkembang seiring dengan perkembangan industri dan teknologi. Seperti Fenomena baru yang akhir-akhir ini sedang pesat perkembangannya yaitu praktik bisnis atau jual beli *white label*.

² Agus Suwandono, S.H., LL.M., *Hukum Perlindungan Konsumen*, Modul 1, Hal. 1.21.

White label adalah kegiatan penjualan suatu produk oleh pelaku usaha dengan menggunakan merek dan logo mereka sendiri.³ Pada praktik jual beli *white label* ini pelaku usaha dalam melakukan mekanisme produksi dilakukan oleh pihak lain, dengan artian produk barang hingga layanan jasa dibeli dari pihak lain, kemudian pelaku usaha yang akan menjualnya kembali kepada konsumen akhir atau pengguna barang.

Produk *white label* merupakan jenis produk yang dapat diperjualbelikan dengan bebas tanpa kontrak atau hak cipta. Jenis produk ini diproduksi oleh pihak ketiga dan kemudian pelaku usaha akan membelinya dalam jumlah besar karena biasanya produsen hanya menjual produk *white label* ini dalam jumlah besar (curah). Inilah yang kemudian memberikan kesan bahwa barang tersebut diproduksi oleh pelaku usaha sendiri. Siklus perdagangan dengan mekanisme jual beli *white label* telah dilegitimasi. Sebagaimana diatur dalam undang-undang nomor 12 tahun 2018 tentang pangan pasal 84 ayat 1 dan 2 yang berbunyi “(1) Setiap orang dilarang membuka kemasan akhir Pangan untuk dikemas kembali dan diperdagangkan, (2) Ketentuan larangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak berlaku terhadap Pangan yang pengadaannya dalam jumlah besar dan lazim dikemas kembali dalam jumlah kecil untuk diperdagangkan lebih lanjut.”⁴

Salah satu contoh produk *white label* yang telah dikenal banyak orang adalah produk minyak goreng FILMA. Sebagian besar masyarakat tentu tidak asing lagi dengan minyak goreng dengan merek FILMA. Produk minyak

³ Aisyah Nurul Syifa Utami, “Analisis Peluang Fashion Berbasis White Label”, (*Journal of Business Technology and Economics*, vol. 1, no. 1, 2023), hal: 35.

⁴ Undang-undang nomor 12 Tahun 2018 tentang pangan.

goreng FILMA adalah contoh produk *white label* yang diproduksi oleh PT. Sinar Mas Agro.⁵

Contoh lain dalam bidang kecantikan adalah merek kecantikan ternama Wardah. Produksi kosmetik tersebut dilakukan dilakukan oleh pihak ketiga atau dalam istilah ini produk *white label*. *Brand* Wardah ini diproduksi oleh PT. Paragon *Technology and Innovation*.⁶ Selain kedua contoh tersebut masih banyak lagi produk *white label* dari mulai skala rumahan sampai skala nasional.

Secara hukum, kedua contoh produk *white label* di atas adalah produk legal karena memiliki kesesuaian dan kepatuhan terhadap hukum. Hal tersebut dinilai dari kualitas produknya telah tersertifikasi dari BPOM dan MUI. Sedangkan dari pencantuman label dan mereknya telah memenuhi standar perlabelan di Indonesia.

Jika membahas mengenai perlabelan, label merupakan pintu pertama dalam memahami suatu produk. Produk yang beredar wajib memiliki label dalam kemasan dikarenakan untuk melindungi konsumen dari ketidaktahuan yang merupakan hak dari konsumen karena berisi informasi penting dari suatu produk. Sehingga hal tersebut dapat membantu konsumen dalam pengambilan keputusan untuk melakukan perbuatan pembelian. Kewajiban menampilkan informasi yang valid terkait kondisi, tata cara pakai merupakan

⁵ <https://www.smart-tbk.com>, diakses pukul 08.15 tanggal 20 November 2024.

⁶ <https://www.paragon-innovation.com>, diakses pukul 08.15 tanggal 20 November 2024.

kewajiban dari pihak pelaku usaha yang termaktub dalam pasal 7 huruf b UUPK.⁷

Begitu pentingnya pemasangan label (pelabelan) pada suatu produk karena kaitannya dengan kesejahteraan dan keselamatan masyarakat sebagai konsumen. Persoalan yang paling mendasar berkaitan dengan masalah pelabelan adalah seberapa jauh suatu produk mencantumkan informasi secara lengkap, jelas dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Perdagangan jual beli produk *white label* dapat dipastikan pelaku usaha yang memasangkan label/merek mempunyai tanggung jawab mengenai produk *white label* yang dijualnya. Tanggung jawab tersebut adalah untuk menjamin kesesuaian informasi produk yang dicantumkan berguna untuk melindungi konsumen. Jika tidak demikian, maka konsumen yang mengkonsumsi produk tersebut akan dirugikan dengan informasi yang sesat tidak valid dengan kandungan produk.⁸

Pelanggaran hukum terkait label pernah terjadi yang dilakukan oleh oknum dengan mengemas sebuah produk minyak goreng dengan label LABAN. Produk tersebut diperdagangkan di pasar dengan harga Rp. 20.000 untuk setiap satu liter, untuk menarik peminat konsumen, oknum pelaku memberikan bonus sabun bermerek TOTAL pada setiap pembelian minyak LABAN. Oknum tersebut telah memiliki Nomor Induk Berusaha atau NIB yang menandakan izin melakukan perdagangan komoditi minyak hewani dan

⁷ Yusuf Shofie. *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*. (Bandung: CitraAditya Bakti. 2000), hal.15.

⁸ Arbi Hidayat Oktaviandi, "*Tanggung Jawab Reseller Terhadap Konsumen Dalam Sistem Jual Beli Online*", Karya Ilmiah, (Mataram: Fakultas Hukum Universitas Mataram, 2017), hal..5.

nabati. Pelanggaran yang dilakukan ialah mengemas minyak curah dengan kemasan berlabel LABAN untuk memperdaya konsumen bahwasannya minyak tersebut diproduksi oleh pabrikan dengan tanpa izin usaha industri. Pelanggaran label tersebut mampu meningkatkan harga jual yang semula Rp. 14.000 (HET Migor Curah Permendag No. 11 2022) menjadi Rp. 20.000. Dalam uji laboratorium tidak adanya vitamin A seperti yang tertera dalam label, dan tidak memiliki izin edar dan tidak berstandar SNI. Pelanggaran tersebut terjadi di Tirtayasa Kabupaten Serang dengan ditemukannya di gudang milik CV. Jongjing Pratama yang diungkap oleh Polda Banten pada 28 Maret 2022.⁹

Pelanggaran label lainnya terjadi dengan dikemas ulang makanan curah dengan kemasan berukuran kecil, pelanggaran yang dilakukan dengan tidak mencantumkan label yang memuat informasi terkait produk yang diedarkan. Diketahuinya pelanggaran ini karena adanya sidak yang dilakukan oleh BPOM Gorontalo pada 31 Juli 2016, Dinas Kesehatan dan Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi juga melakukan sidak pada 29 Juli 2016, selain itu di kota Malang juga dilakukan sidak pada 16 Juli 2016 oleh Disperindag, Dinkes, Satpol PP dan YLKM kota Malang.¹⁰

Kasus pengemasan minyak goreng curah juga terjadi di Tangerang, label yang digunakan dalam pengemasan bermerek QILLA yang dilakukan secara

⁹ Rifki Febian Alfariz, "*Urgensi Pembinaan dan Pengawasan Pemerintah Dalam Perlindungan Konsumen Terhadap Produksi Minyak Curah yang Merugikan Konsumen*", (*Jurnal Hukum dan Sosial Politik*, vol.1, no.3 Universitas Pancasila Jakarta, 2023).

¹⁰ Wiwit Setyoyati, "*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Pangan Industri Rumah Tangga yang Tidak Berlabel Di Surabaya*", (*Jurnal Novum UNESA*, Surabaya, 2020), hal:3.

illegal yang tidak terstandarisasi dan tidak berizin. Pelanggaran tersebut diungkap oleh Polres Metro Tangerang yang menerima laporan masyarakat.¹¹

Berdasarkan pemaparan dan kedua contoh kasus di atas, perlindungan terhadap konsumen sangat diperlukan sesuai dengan tujuan hukum yaitu adanya yaitu kepastian hukum dan kemanfaatan mengenai pertanggung jawaban pelaku usaha atas produk *white label* bermasalah yang berpotensi merugikan konsumen. Berdasarkan uraian kasus pelanggaran tersebut penyusun berfokus untuk meneliti jual beli *white label* ini dengan judul **”Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk *Skincare White Label* (Studi Hukum Positif yang Berlaku di Indonesia Dan Prinsip-Prinsip Muamalah)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaturan hukum mengenai produk *white label* di Indonesia ?
2. Bagaimana produk *white label* berdasarkan prinsip-prinsip perlindungan konsumen ?

C. Tujuan Penelitian

Dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis transaksi jual beli *white label* di Indonesia dengan menggunakan aturan terkait perlindungan konsumen.

¹¹ Lutfi Wardi, “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dari Penjualan Minyak Goreng Curah Bermerek Tidak Terdaftar*”, (Skripsi Universitas Mataram, Nusa Tenggara Barat, 2022), hal: 2.

2. Menganalisis perlindungan yang diberikan terhadap konsumen dan pertanggung jawaban yang harus dilakukan pelaku usaha atas produk *white label* bermasalah yang dijualnya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dan dapat digunakan sebagai bahan edukasi para akademisi dan juga masyarakat umum mengenai kajian hukum yang mendalam tentang hukum perlindungan konsumen dan bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha atas produk *white label* yang dijualnya.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Masyarakat Umum

Manfaat kepada masyarakat diharapkan dapat mengedukasi masyarakat umum terkait kepastian hukum perlindungan konsumen dan bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha terhadap jual beli produk *white label* bermasalah.

- b) Bagi Pemerintah

Manfaat kepada pemerintah diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam Menyusun kebijakan dan mengawasi implementasinya sehingga dapat terciptanya kepastian hukum.

- c) Bagi Peneliti

Selain untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana (S1), penelitian ini juga sebagai media menamba ilmu pengetahuan dan implementasinya di masyarakat secara umum.

E. Metode Penelitian

Sebuah penelitian yang baik harus memiliki sebuah metodologi sebagai sebuah prinsip dalam pengkajian ilmiah dalam mempertanggungjawabkan karyanya. Menggali sebuah isu atau *problem* kemudian mencatat, merumuskan dan menganalisisnya untuk sampai pada sebuah kesimpulan.¹²

Dalam penyusunan penelitian ini penyusun menggunakan beberapa klasterisasi sub penelitian, diantaranya:

1. Jenis Penelitian

Penelitian hukum normatif digunakan peneliti dalam menyusun penelitian ini dengan pengertian penelitian hukum dilakukan secara kepustakaan yang menggunakan peraturan perundang-undangan dan kebijakan instansi berkaitan sebagai sumber data primer. Analisis kualitatif digunakan dalam jenis penelitian ini yang mendeskripsikan data dan kenyataan yang ada.¹³

¹² Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, (Bandung: CV. Nandar Maju, 2008), 124.

¹³ Dr. Dyah Ochtorina Susanti, S.H., M.Hum, *Penelitian Hukum (Legal Research)*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hal 9.

2. Pendekatan Penelitian

Statuta Approach menjadi pendekatan yang digunakan untuk menelaah suatu aturan dengan undang-undang dengan isu hukum terkait penelitian.¹⁴

3. Sumber Bahan Hukum

Penelitian hukum menggunakan sumber bahan hukum sebagai informasi yang berkaitan dengan dilakukannya penelitian, pengolahan sumber bahan hukum sebagai argumentasi dasar dalam menganalisis ataupun pengambilan keputusan. Sehingga beberapa data diperlukan dalam penyusunan penelitian ini, diantaranya:

- a) Dalam penelitian hukum normatif diperlukannya sebuah bahan hukum primer berupa :
 - a) Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
 - b) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;
 - c) Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan,
 - d) Undang-Undang No. 12 Tahun 2018 Tentang Pangan;
 - e) Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal;
 - f) Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu, dan Gizi Pangan;

¹⁴ Dr. Dyah Ochtorina Susanti, S.H., M.Hum, *Penelitian Hukum (Legal Research)*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hal 110.

- g) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 20 Tahun 2021 tentang Label Pangan Olahan.
- b) Unruk mendukung atau melengkapi bahan hukum primer diperlukannya bahan hukum sekunder yang berfungsi sebagai penjelasan yang lebih absolut yang diperoleh dari berbagai macam literatur bersumber kepustakaan.

4. Metode Pengolahan Data Bahan Hukum

Bahan hukum primer dan sekunder tersebut dalam pengumpulannya diperlukan sebuah mekanisme pengolahan data yang bertujuan mengunpulkan data-data yang diperlukan penelitian, diantaranya:

- a) Bahan hukum primer dikumpulkan dan secara simultan dianalisis yang berupa peraturan undang-undang, peraturan BPOM dan menelaah melalui pengkajian pada setiap kasus yang berkaitan dengan produk *white label*.
- b) Bahan hukum sekunder dikumpulkan melalui pencatatan, penelaahan dari berbagai sumber kepustakaan.¹⁵

Analisis peraturan perundang-undangan digunakan dalam penyusunan penelitian ini yang menganalisis data atau bahan hukum yang telah dikumpulkan. Berbagai sumber kepustakaan penelitian juga dikaji yang berkaitan dengan *white label*. Kemudian bahan hukum yang telah dianalisis akan dideskripsikan secara sistematis hingga mencapai simpulan penelitian.

¹⁵ Dr. Dyah Ochtorina Susanti, S.H., M.Hum, *Penelitian Hukum (Legal Research)*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hal 102.

F. Penelitian Terdahulu

Upaya untuk membedakan atau menemukan *gap research* dalam penyusunan penelitian dilakukan penelaahan penelitian terdahulu, diantaranya:

1. **Lutfi Wardi (2022).** Judul dari penelitian ini adalah **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DARI PENJUALAN MINYAK GORENG CURAH BERMEREK TIDAK TERDAFTAR”**. Isu yang diangkat dalam penelitian ini adalah penjualan minyak goreng curah tidak terdaftar, temuan dalam penelitian ini secara teoritis memberikan perlindungan terhadap konsumen bersifat pencegahan dan penyelesaian. Pelaku usaha bertanggungjawab dengan mengacu Pasal 10 dan 19 UUPK secara perdata hingga pidana. Metode penelitian hukum normatif digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan kepustakaan dan perundang-undangan sebagai pendekatan penelitian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penyusun terletak jual beli produk tidak terdaftar, sedangkan penelitian penyusun terkait *white label* dengan persamaan label produk bermasalah.¹⁶
 2. **Tahlita Aulia Afaf (2023).** Penelitian ini berjudul **“PENGEMASAN KEMBALI PRODUK TEPUNG TAPIOKA YANG TIDAK MEMILIKI IZIN BPOM PERSPEKTIF UU NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN**
-

KONSUMEN (STUDI PUTUSAN NOMOR 477/PID.SUS/2020/PN SGM)". Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis putusan Pengadilan Negeri Semarang Nomor 477/PID.SUS/2020/PN SGM terkait pelanggaran izin edar produk tepung tapioka. Analisis hukum difokuskan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha yang merugikan konsumen. Variabel penelitian yang ditekankan adalah aspek legal terkait pengemasan dan peredaran tepung tapioka tanpa izin Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Kesimpulan penelitian ini menyarankan perlunya pembinaan intensif terhadap pelaku usaha pangan untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi perizinan. Selain itu, penegakan hukum yang lebih ketat dan sosialisasi kepada masyarakat mengenai hak-hak konsumen juga menjadi rekomendasi penting untuk mencegah terulangnya pelanggaran serupa.

3. **Novita Wulandari (2023)**, Penelitian ini berjudul **"PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN MAKANAN DAN MINUMAN DENGAN INFORMASI TIDAK JUJUR PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 (Studi Kasus Pada Toko Naufal Bandar Dalam Kecamatan Negeri Agung Kabupaten Way Kanan)**". Penelitian ini mengadopsi metode penelitian lapangan untuk mengumpulkan

data primer secara langsung dari masyarakat Desa Bandar Dalam, Kecamatan Negeri Agung, Kabupaten Way Kanan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk menggambarkan kondisi perlindungan konsumen terhadap produk makanan dan minuman yang mengandung informasi tidak jujur. Variabel penelitian yang menjadi fokus adalah penyampaian informasi yang tidak jujur mengenai produk makanan dan minuman. Hasil penelitian menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara praktik pelaku usaha dengan ketentuan Pasal 7 ayat (b) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ketentuan tersebut mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur kepada konsumen. Kesimpulan penelitian ini menyoroti kekurangan perlindungan konsumen di lapangan terkait produk makanan dan minuman. Berdasarkan data yang diperoleh dari 16 responden, ditemukan bahwa pelaku usaha seringkali mengabaikan kewajiban memberikan informasi yang benar kepada konsumen. Oleh karena itu, perlu adanya upaya yang lebih intensif untuk meningkatkan kesadaran pelaku usaha tentang pentingnya kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen.

4. **Rifki Febian Alfariz (2023), “URGENSI PEMBINAAN DAN PENGAWASAN DALAM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRODUSEN MINYAK CURAH YANG**

MERUGIKAN KONSUMEN". Temuan dalam penelitian minyak goreng berlabel halal palsu ini adanya sebuah tanggungjawab bersama yang diemban oleh masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadya masyarakat dan pemerintah dalam menjalankan control terhadap produk yang beredar yang menganut UUD 1945 dan UUPK sebagai manifestasi perlindungan terhadap konsumen yang memenuhi kebutuhannya. Yuridis normative digunakan sebagai metode penelitian dengan pendekatan perundang-undangan dan deskriptif sebagai pendekatan penelitian.

5. **Adinda Ayu Puspita K., M. Syamsudin (2023),**
"PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP *OVERCLAM*
PRODUK *SKINCARE*". Penelitian ini menemukan adanya penggunaan *overclaim* oleh pelaku usaha yang menimbulkan kerugian immaterial secara langsung menyerang kulit dan secara moral. Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian hukum normative dengan variable *skincare overclaim*.
6. **Amalia Nurzannah, Tetty Marlina Tarigan (2024),**
"PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENCANTUMAN
MEREK TERDAFTAR PADA *PACKING SNACK KILOAN DI*
***MARKETPLACE SHOPEE* PERSPEKTIF TENTANG HAK**
KEKAYAAN INTELEKTUAL". Pencantuman merek terdaftar pada kemasan label snack kiloan di *marketplace shopee* menjadi variable penelitian ini. Pencantuman tersebut merupakan pemalsuan

kemasan yang menurut Fatwa MUI Nomor I/MUNAS VII/MUI/5/2005 terkait “Hak Kekayaan Intelektual HKI dipandang sabagai salah satu huquq Maliyyah (hak kekayaan) yang mendapat perlindungan hukum (mashun) sebagaimana maal (kekayaan)” merupakan perbuatan haram. Yuridis normative digunakan dalam penelitian hukum kali ini.

7. **Wiwit Setyoyati (2020), “PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP PRODUK PANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA YANG TIDAK BERLABEL DI SURABAYA”.** Variabel dalam penelitian ini adanya sebuah produk makanan dengan skala produksi rumahan tidak memiliki label, temuan pada penelitian ini berupa sanksi yang diberikan kepada pelaku pelanggaran bersifat sanksi administrative.

Table 1.1

Studi Komparatif Terhadap Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Lutfi Wardi (Skripsi Universitas Mataram, Nusa Tenggara Barat, Tahun 2022)	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dari Penjualan Minyak Goreng Curah Bermerek Tidak Terdaftar.	Penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama membahas mengenai	Penelitian ini menggunakan variabel minyak goreng curah bermerek tidak

			perlindungan konsumen atas produk bermasalah. Sama-sama menggunakan metode penelitian yuridis normatif.	terdaftar.
2.	Tahlita Aulia Afaf (Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, Tahun 2023)	Pengemasan Kembali Produk Tepung Tapioka yang Tidak Memiliki Izin BPOM Perspektif UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Putusan Nomor 477/PID.SUS/2020/PN SGM).	Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama menganalisis produk bermasalah dengan perspektif hukum perlindungan konsumen dan Sama-sama	Perbedaannya penelitian ini menggunakan variabel produk tepung tapioka yang tidak memiliki izin BPOM.

			menggunakan jenis penelitian yuridis normatif.	
3.	Novita Wulandari (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Metro, Lampung, Tahun 2023)	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Makanan dan Minuman Dengan Informasi Tidak Jujur Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Pada Toko Naufal Desa Bandar Dalam Kecamatan Negeri Agung Kabupaten Way Kanan).	Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang perlindungan hukum terhadap produk bermasalah.	Perbedaan dari penelitian ini adalah jenis penelitian yang digunakan penelitian <i>field research</i> .
4.	Rifki Febian Alfariz (Jurnal Hukum dan Sosial Politik	Urgensi Pembinaan dan Pengawasan Pemerintah Dalam Perlindungan	Penelitian ini memiliki persamaan yaitu	Perbedaan penelitian ini berfokus pada pentingnya

	Universitas Pancasila, Jakarta, Tahun 2023)	Konsumen Terhadap Produksi Minyak Curah yang Merugikan Konsumen.	sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen produk bermasalah dan sama-sama menggunakan jenis penelitian yuridis normatif.	pembinaan dan pengawasan pemerintah dengan variabel minyak curah bermasalah.
5.	Adinda Ayu Puspita K., M. Syamsudin (Jurnal: Prosiding Seminar Hukum Aktual Tahun 2023)	Perlindungan Konsumen terhadap <i>Overclaim</i> Produk <i>Skincare</i>	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian yuridis normatif dan	Penelitian ini menggunakan variabel <i>Overclaim</i> Produk <i>Skincare</i> .

			memiliki persamaan dalam konsumen pada aspek perlindungan hukumnya terhadap produk bermasalah.	
6.	Amalia Nurzannah, Tetty Marlina tarigan (Jurnal: Interpretasi Hukum, Sumatera Utara, 2024)	Perlindungan Hukum Terhadap Pencantuman Merek Terdaftar Pada Packing Snack kiloan Di Marketplace Shopee Perspektif Fatwa MUI Nomor I/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Hak Kekayaan Intelektual.	Penelitian ini sama-sama menggunakan jenis penelitian yuridis normatif dan sama-sama membahas mengenai perlindungan hukum yang berkaitan	Penelitian ini berfokus pada variabel snack kiloan di marketplace shopee.

			dengan merek.	
7.	Wiwit Setyoyati (Jurnal: Novum UNESA, Surabaya, 2020)	Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Pangan Industri Rumah Tangga yang Tidak Berlabel Di Surabaya.	Penelitian ini sama-sama membahas mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen atas produk bermasalah berkaitan dengan label sama-sama menggunakan jenis penelitian hukum normatif.	Perbedaannya penelitian ini menggunakan variabel produk pangan industri rumah tangga yang tidak berlabel.

G. Sistematika Pembahasan

Penyusunan tugas akhir memiliki sebuah sistematika pembahasan sebagai kerangka kepenulisan, dengan tujuan penelitian yang disusun tersistematikan memahamkan para pembaca. Hal tersebut juga sebagai mekanisme penyusunan untuk memandu pembaca kepada maksud dari pada penelitian yang disusun oleh penulis. Sistematika pembahasan penelitian digambarkan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN. Latar belakang yang menjelaskan problematika yang kemudian dirumuskan beberapa rumusan masalah sebagai arah penelitian, kemudian diuraikan mengenai tujuan penelitian beserta manfaatnya dan sistematika penelitian sebagai pemandu penulisan merupakan unsur sub bab dalam bab ini.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA. Penelitian terdahulu dan kerangka teori menjadi sub bab dalam bab ini. Penelitian terdahulu sebagai sub bab bertujuan untuk menghindari adanya plagiaris penelitian dan menjadi argumentasi adanya *novelty* atau *gap research* dalam penelitian. Kerangka teori sebagai sub bab berguna sebagai landasan teori yang digunakan dalam penelitian untuk mengkaji dan menganalisis masalah dari perspektif UU berkaitan perlindungan konsumen.

BAB III: METODE PENELITIAN. Tidak kalah penting ialah bab ini yang akan menerangkan metode penelitian sebagai pedoman yang digunakan dalam penyusunan penelitian dengan tujuan dapat dibuktikan secara ilmiah serta dapat dipertanggungjawabkan. Terdiri dari beberapa sub

bab yaitu jenis penelitian, pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode pengolahan data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.

Penyusunan bab ini akan terdiri beberapa sub bab untuk menjawab pertanyaan yang diajukan dalam perumusan rumusan masalah. Sub bab ini juga akan memaparkan analisis yang dilakukan terkait dengan arah penelitian sesuai dengan judul penelitian "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk *Skincare White Label* (Studi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Positif yang Berlaku di Indonesia)"

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN. Pada bab ini merupakan bab yang menarik Kesimpulan dari hasil penelitian yang sistematis dengan alur penelitian yang linear dari tiap babnya. Serta temuan penelitian dipaparkan dalam bab ini sebagai jawaban atas rumusan masalah yang dirumuskan. Selain itu bab ini berisikan sub bab saran sebagai masukan untuk dilakukan penelitian lanjutan dan saran terhadap perumusan hingga penegakan hukum perlindungan konsumen.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Definisi Perlindungan Hukum

Sebuah prinsip yang membahas mengenai manifestasi perlindungan, perlindungan subjek hukum serta objek perlindungan yang dijamin oleh hukum kepada subjeknya merupakan pengertian dari teori perlindungan hukum atau *legal protection theory*.¹⁷

Hukum bertujuan untuk menyatukan dan menata berbagai kepentingan sehingga kepentingan masyarakat tidak dikesampingkan dengan cara membatasi kepentingan-kepentingan pihak lain, hal tersebut merupakan pendapat Fitzgerald.¹⁸ Mengakomodir kepentingan dan hak manusia merupakan otoritas tertinggi hukum untuk menentukan kepentingan manusia yang dilindungi hukum, hal inilah yang dimaksud kepentingan hukum. Namun perlu dipahami bahwasannya perlindungan hukum haruslah memerhatikan perlindungan hukum tersebut lahir dari ketentuan hukum dan pemberlakuan suatu hukum kepada masyarakat merupakan kesepakatan masyarakat dalam mengatur prilakunya.

Hukum merupakan suatu instrument dalam mewujudkan ketentraman dan keteraturan masyarakat, sehingga kepentingan setiap anggota masyarakat terjaga dengan adanya hukum. Norma atau kaidah menjadi perlindungan hukum ditengah masyarakat yang bersifat umum dan normative, hal

¹⁷ Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani, “*Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis Dan Disertasi*”, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013) Cet. I, Edisi I, hal. 263.

¹⁸ Satjipto Rahardjo, “*Ilmu Hukum*”, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001) hal.53.

tersebut tergambar dengan adanya batasan terhadap perkara boleh dan tidak, serta menuntut dalam kepatuhan terhadap kaidah, hal ini merupakan teori perlindungan hukum dalam perspektif Sudikno.¹⁹

Perlindungan hukum bertujuan untuk memberikan sebuah keadilan yang sesungguhnya atau *real justice*, sifat keadilan yang responsive, akomodatif dengan menjaga kepentingan hukum yang menyeluruh dimulai dari perdata, pidana hingga administrative. Kesadaran hukum menjadi poin penting dalam mewujudkan perlindungan hukum yang harus dimiliki oleh setiap elemen subjek hukum guna untuk menundukkan diri terhadap hukum itu sendiri.

Penyelenggaraan manusia dalam kehidupan bersama dengan menciptakan keteraturan yang disepakati bersama yang bertujuan tidak terjerumus dalam pola kehidupan yang anarki merupakan pengertian perlindungan hukum. Istilah perlindungan hukum digunakan dalam bebrbagai literatur yang dipahami sebagai hukum kausalitas dari adanya kedamaian dan kepastian hukum, pelbagai perspektif tersebut memiliki tujuan sama untuk terciptanya ketertiban hukum.

Perlindungan hukum adalah tindakan untuk memberikan perlindungan kepada individu ketika hak asasi manusianya dilanggar oleh pihak lain. Tujuannya adalah agar masyarakat dapat secara bebas menikmati semua hak yang telah diberikan oleh hukum, uraian tersebut merupakan pendapat Satjipto Rahardjo.²⁰ Menurut Maria Theresia Geme, berpendapat bahwa perlindungan hukum merupakan tindakan yang dilakukan negara melalui

¹⁹ Sudikno Mertokusumo, "*Mengenal Hukum Suatu Pengantar*", (Yogyakarta: Liberty, 2003) hal. 39.

²⁰ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2021), hal.54.

penerapan hukum untuk memberikan kepastian dan jaminan terhadap hak-hak yang dimiliki oleh individu atau kelompok masyarakat.²¹

Menurut Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani, perlindungan adalah daya upaya dari hukum dalam memberikan pelayanan kepada subjek dan objek hukum. Pengkajian, penelaahan mengenai perwujudan perlindungan yang diberikan oleh hukum terhadap unsur yang berkaitan dengan hukum merupakan teori perlindungan hukum, hal tersebut mencakup subjek hukum dan objek hukum. Berikut beberapa unsur yang tercantum dalam definisi teori perlindungan hukum:²²

- a. Berbentuk serta bertujuan atas nama perlindungan;
- b. subjek hukum; dan objek perlindungan hukum.

Menurut Philipus M. Hadjon, terdapat dua macam instrument perlindungan hukum:²³

- a. Sarana perlindungan hukum preventif

Hukum preventif memandang adanya hak untuk banding terhadap pendapatnya selagi kebijakan pemerintah belum berbentuk definitive merupakan perlindungan hukum sebagai preventif terjadinya sengketa.

- b. Sarana perlindungan hukum represif

Tujuan perlindungan hukum represif adalah merupakan tindak lanjut dari terbentuknya hukum preventif sebagai Solusi terhadap pelanggaran

²¹ Maria Theresia Geme, "Perlindungan Hukum terhadap Masyarakat Hukum Adat dalam Pengelolaan Cagar Alam Watu Ata Kabupaten Ngada, Provinsi Nusa Tenggara Timur", (*Disertasi* Program Doktor Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang, 2012), hal.99.

²² Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani, "*Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis Dan Disertasi*", (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013) Cet. I, Edisi I, hal. 263.

²³ Philipus M Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Di Indonesia* (Surabaya: PT Bina Ilmu,1987), hal. 30.

hukum materil dalam mekanisme penyelesaian sengketa atau *ultimum remedium*.

B. Prinsip-Prinsip Dasar Muamalah

Prinsip adalah anutan yang utama yang dijadikan suatu pegangan.²⁴ Sedangkan Fiqh muamalah merupakan ilmu yang berkenaan dengan hukum syara' yang mengatur hubungan-hubungan antar manusia dengan manusia lainnya yang sasaran utamanya adalah harta benda (*al-maal*). Hubungan ini memiliki cakupan yang sangat luas, karena menyangkut hubungan antar manusia, baik Muslim maupun non Muslim. Namun begitu, ada beberapa asas atau prinsip-prinsip yang harus menjadi acuan bersama dan pedoman secara umum dalam setiap aktifitas muamalah.²⁵

Fiqh muamalah memiliki beberapa prinsip atau asas seperti prinsip mubah, prinsip suka sama suka, prinsip keadilan, prinsip saling menguntungkan, prinsip tolong menolong, dan prinsip tertulis. Berikut ini penjelasannya:

1. Prinsip Mubah

Prinsip ini mengandung arti bahwa fiqh muamalah memberi kesempatan yang luas bagi tumbuh kembang berbagai bentuk dan macam muamalah baru sesuai dengan perkembangan kebutuhan hidup masyarakat.

²⁴ Rusdan, "Prinsip-Prinsip Dasar Fiqh Muamalah dan Penerapannya Pada Kegiatan Perekonomian", (EL-HIKAM: Jurnal Pendidikan dan Kajian Keislaman, vol. XV, No. 2, Desember 2022), hal. 216.

²⁵ Rusdan, "Prinsip-Prinsip Dasar Fiqh Muamalah dan Penerapannya Pada Kegiatan Perekonomian", (EL-HIKAM: Jurnal Pendidikan dan Kajian Keislaman, vol. XV, No. 2, Desember 2022), hal. 216.

Bentuk atau jenis kegiatan ekonomi bisnis baru harus disesuaikan dengan kebutuhan yang ada dengan tanpa melupakan prinsip pokok muamalah. Disimpulkan bahwa segala macam transaksi bermuamalah sah dan boleh dilakukan selama tidak ada dalil yang melarangnya.

Dasar dari prinsip mubah yakni,

اهميرحتىءل يلد ل ديه نأ لآ اءحابلا اءلماعملا ي ذل صلاً

Artinya : “*Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dan sah dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.*”

2. Prinsip Suka Sama Suka (*at-Taradhin*)

Prinsip suka sama suka atau dalam Bahasa Arab *At-taradhi* yang artinya kerelaan yang sebenarnya, bukan kerelaan yang bersifat semu dan seketika.²⁶ Secara subjektif keridhaan dalam transaksi muamalah dapat diketahui melalui kata kata, tulisan, tindakan, atau isyarat. Oleh untuk subtansi yang sah keridhaan harus ditunjukkan melalui pernyataan ijab dan qabul. Keridhaan dalam ijab dan qobul juga hanya dapat oleh orang yang telah memiliki kecakapan hukum (*ahliyyah*), yaitu baligh dan berakal. Hal ini menunjukkan bahwa ridha juga harus bebas dari intimidasi dan penipuan.²⁷

Salah satu prinsip penting dalam transaksi bisnis (muamalah) adalah keridhaan. Oleh sebab itu, sah atau tidaknya transaksi bisnis didasarkan pada keridhaan kedua belah pihak. Artinya, tidak sah suatu akad apabila salah satu pihak dalam keadaan terpaksa, dipaksa atau merasa tertipu. Bisa

²⁶ Taufik Abdullah (Eds), *Ensiklopedi Tematis Dunia Islam, Ajaran*, (Jakarta: PT. Ichtiar Baru van Hoeve, 2003), hal. 133.

²⁷ Nur Kholis, *Modul Transaksi dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: MSI UII, 2006), hal. 19.

jadi saat akad berlangsung kedua belah pihak saling meridhai, akan tetapi kemudian salah satu pihak merasa tertipu, artinya hilang keridhaannya, maka akad tersebut bisa batal.²⁸

3. Prinsip Keadilan

Pengertian *al-'adl* berarti “menempatkan sesuatu pada tempat yang semestinya”. Hal ini mengantarkan kepada kondisi “persamaan”, walaupun dalam ukuran kuantitas belum tentu sama. Di samping itu, *al-'adl* juga diartikan moderasi, artinya tidak mengurangi dan juga tidak melebihkan. Sebagai lawannya adalah kezaliman, penganiayaan, dan keburukan, karenanya setelah kata *al-'adl* diikuti dengan kata *ihsan* (kebajikan).²⁹

Dalam ranah mu'amalah iqtishadiyah prinsip keadilan ini melahirkan beberapa konsekuensi, yaitu:

- a) Tidak ada mafsadah (kerusakan); dalam makna *ekonomi no externalities* terhadap lingkungan.
- b) Tidak terdapat di dalamnya gharar; dalam istilah ekonomi disebut *uncertainty with zero sum game*.
- c) Tidak ada maisir; dalam istilah ekonomi disebut *uncertainty with zero sum game in utility exchange*. Maisir dicitakan sebagai bentuk gharar yang timbul akibat pertukaran manfaat (*utility*).

²⁸ Rusdan, “Prinsip-Prinsip Dasar Fiqh Muamalah dan Penerapannya Pada Kegiatan Perekonomian”, (EL-HIKAM: Jurnal Pendidikan dan Kajian Keislaman, vol. XV, No. 2, Desember 2022), hal. 220.

²⁹ M Arifin Hamid, Hukum Ekonomi Islam (Ekonomi Syariah) di Indonesia, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2007), hal. 119-120.

d) Tidak ada riba; dalam istilah ekonomi disebut *exchange of liability*.³⁰

4. Prinsip Saling Menguntungkan

Prinsip ini menekankan agar segala macam kegiatan bermuamalah dapat memberikan benefit dan kemanfaatan bagi semua pihak yang terlibat. Prinsip ini bertujuan untuk menciptakan kerjasama antara individu atau pihak-pihak dalam masyarakat dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan dan meraih kesejahteraan bersama.³¹

5. Prinsip Tolong Menolong (*Ta'awun*)

Kegiatan muamalah dalam prinsip *ta'awun* atau tolong menolong memberikan pengertian bahwa seluruh pihak diwajibkan tolong menolong dan membuat kemitraan dalam setiap kegiatan muamalah. Dalam konteks ini, perlu dibangun kemitraan yang berorientasi pada strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan.³²

6. Prinsip Tertulis

Prinsip ini dianjurkan oleh Allah SWT, sebagaimana Dalam al-Qur'an Surat al-Baqarah [2]: 282-283, disebutkan bahwa Allah SWT., menganjurkan kepada manusia hendaknya suatu perikatan dilakukan secara tertulis, dihadiri oleh saksi-saksi, dan diberikan tanggungjawab

³⁰ M Arifin Hamid, *Hukum Ekonomi Islam (Ekonomi Syariah) di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2007), hal. 121.

³¹ Abdul Munib, "Hukum Islam dan Muamalah", dalam *Jurnal Penelitian dan Pemikiran Keislaman UIM*, Vol. 5, No. 1, Februari 2018, hal, 75.

³² Abdul Munib, "*Hukum Islam dan Muamalah*", (*Jurnal Penelitian dan Pemikiran Keislaman UIM*, Vol. 5, No. 1, Februari 2018), hal, 75.

individu yang melakukan perikatan dan yang menjadi saksi. Anjuran lain dalam transaksi muamalah berkaitan dengan prinsip ini bahwa perikatan yang dilaksanakan tidak tunai maka baiknya ada jaminan yang disertakan. Adanya tulisan, saksi, dan/ atau benda jaminan ini menjadi alat bukti atas terjadinya perikatan tersebut.³³

C. Bentuk Perlindungan Konsumen

Masyarakat akan sangat terbantu jika dalam kegiatan ekonominya diberikan perlindungan hukum, dampaknya masyarakat diberikan rasa aman melalui jaminan atas kepastian hukum melalui regulasi yang diterbitkan negara, hal tersebut menjadi argumentasi konsumen diberikan perlindungan hukum.³⁴

A Zen Umar Purba berpendapat adanya kesetaraan ekonomi bagi konsumen dan pelaku usaha, kesetaraan tersebut terletak dalam bingkai hak dan kewajiban. Pentingnya perlindungan konsumen bertujuan untuk melindungi kepentingan nasional, seperti dalam penayangan iklan dengan konten bermutu, berkeadilan dalam mengiklankan produk dan peran aktif dari pemerintah hingga elemen masyarakat, hal tersebut akan berdampak pada terbentuknya suatu sikap kepatuhan akan hukum.³⁵ Perlindungan Hukum

³³ Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana dan BPFH UI, 2006), hal. 37-38.

³⁴ Happy Susanto, *Hak-hak konsumen jika dirugikan*. (Jakarta: Visimedia, 2008), hal: 4.

³⁵ Novita Wulandari, "*Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Makanan dan Minuman Dengan Informasi Tidak Jujur Persepektif Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999*", (Skripsi Program Sarjana Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Metro, 2023), hal: 11-12.

berperan dalam hak perlawanan yang diberikan oleh hukum kepada subyek hukum sesuai dengan hukum materil dan formil.

D. Pengertian Mengenai Label

Label pada dasarnya adalah sebuah identitas visual atau teks yang melekat pada suatu produk. Baik Tjiptono maupun Kotler sepakat bahwa label berfungsi sebagai media penyampaian informasi mengenai produk dan produsennya. Informasi yang tercantum dalam label bisa sangat beragam, mulai dari nama merek, komposisi bahan, hingga petunjuk penggunaan. Label dapat menjadi bagian integral dari kemasan produk atau berupa etiket terpisah yang ditempelkan pada produk.³⁶

1. Fungsi Label Menurut *Kotler*

Beberapa fungsi label diantaranya:

- 1) Sebagai alat identifikasi suatu merek hingga produk
- 2) Sebagai alat identifikasi strata produk
- 3) Sebagai indicator informasi yang mencakup keterangan produsen, tempat produksi, waktu produksi, komposisi produk, tata cara penggunaannya.
- 4) Sebagai instrumen mengiklankan produk dengan tampilan menarik.³⁷

2. Tujuan Pelabelan

³⁶ Rinaldi Dwi Imani, Hendri Sucipto, Nur Afridah, Muhammad Syaifulloh, Slamet Bambang Riono, "Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Randusanga Wetan", (*Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Muhadi Setiabudi*, vol.1 Issue.1, 2023), hal: 48.

³⁷ Kotler, P., & Keller, K. L., "*Marketing Management (15th ed.)*", (Upper Saddle River, NJ: Pearson, 2016), hal: 478.

- 1) Menyajikan informasi lengkap produk tanpa perlu mengeceknya
 - 2) Sebagai intermediasor yang menghubungkan produsen dan konsumen terkait informasi produk tanpa perlu adanya sebuah uraian pemamparan
 - 3) Menginformasikan konsumen terkait tata cara pemakaian produk.
 - 4) Sarana periklanan bagi produsen.
 - 5) Memberi “rasa aman” bagi konsumen.
3. Keterangan pada Label

Berdasarkan Peraturan Pemerintah RI Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, label harus mencantumkan keterangan sekurang-kurangnya memuat:³⁸

- 1) Identitas produk
- 2) Informasi penggunaan bahan produksi
- 3) *Netto* produk
- 4) Identitas hingga Lokasi pihak yang melakukan produksi;
- 5) Keterangan waktu kadaluwarsa.

Label produk, sebagai sarana penyampaian informasi, seharusnya menjadi rujukan yang dapat diandalkan bagi konsumen. Namun, dalam praktiknya, seringkali terdapat upaya untuk memanipulasi informasi demi keuntungan komersial. Oleh karena itu, diperlukan adanya regulasi yang jelas dan penegakan hukum yang konsisten untuk memastikan bahwa

³⁸ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.

informasi pada label akurat, tidak menyesatkan, dan memberikan perlindungan bagi konsumen.

E. Pengertian Mengenai Merek

Sebuah tanda yang ditayangkan dengan bentuk huruf, angka, kata, logo, nama, susunan warna, gambar, dalam bentuk 2 maupun 3 dimensi, suara, hologram, atau perpaduan dari 2 unsur atau lebih yang menjadi ciri khas pembeda suatu produk dengan produk lain merupakan definisi merek berdasarkan pasal 1 UU No 20/2016..³⁹ Tindakan yang menghasilkan sebuah identitas seperti symbol, logo ataupun nama, dengan pengertian tersebut dapat dikategorikan sebagai tindakan pembuatan merek.

Terkait dengan penciptaan atau kepemilikan merek sebagaimana telah diatur dalam undang-undang yang sama pasal 3 menggunakan prinsip *first to date* dengan artian kepemilikan suatu merek ialah pendaftaran merek yang dilakukan untuk pertama kalinya, sehingga klaim kepemilikan merek jatuh pada pihak yang mendaftarkan terlebih dahulu. Pihak manapun yang pertama kali mendaftarkan akan memiliki hak merek dagang dan akan memiliki hak eksklusif selama 10 tahun. Akibatnya, merek dagang tidak dapat digunakan orang lain untuk tujuan komersial karena eksklusivitasnya tanpa izin dari pemilik merek dagang.⁴⁰ Selain memiliki hak eksklusivitas atas merek yang telah didaftarkan pelaku usaha secara langsung akan memperoleh

³⁹ Undang-undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis pasal 1

⁴⁰ Dionisius Purwo Sudarsono, "Perlindungan Hukum Terhadap Tindak Pelanggaran Hak merek", (*Jurnal Kertha Semaya*, vol. 10 no. 6, 2022), hal. 1392.

akibat hukum terhadap produknya untuk bertanggung jawab penuh atas isi, kandungan dan semua yang berkaitan dengan produk yang akan dipasarkan.

F. Pelaku Usaha

Definisi mengenai pelaku usaha digolongkan kepada perseorangan, badan usaha berbadan hukum maupun tidak yang operasionalnya dimulai dari pendirian hingga penyelenggarannya di dalam wilayah hukum Indonesia, baik dioperasikan sendiri maupun secara kolektif pada berbagai sektor ekonomi. Definisi tersebut mengacu pada Pasal 1 angka 3 PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. Dalam penjelasan Pasal 1 angka 3 PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen tersebut, pelaku usaha yang dimaksud adalah perusahaan, korporasi, koperasi, BUMN, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain. Bentuk atau Wujud Pelaku Usaha.⁴¹ Bentuk Pelaku Usaha menurut Pasal 1 butir 3 PP Nomor 58 Tahun 2001:⁴²

1. Operasional kegiatan usaha dilakukan secara individual atau orang perseorangan.
2. Badan usaha, yaitu operasional usaha secara kolektif yang dikelompokkan dalam dua pembagian, yaitu:

⁴¹ <http://www.jurnalhukum.com/pengertian-pelaku-usaha/>, diakses 27 Mei 2023, pukul 12:08 WIB.

⁴² Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsunen.

- a. Badan hukum, adalah badan usaha yang memiliki legalitas dari KEMENKUMHAM dengan pendaftaran dilakukan kepada notaris untuk mendapatkan akta pendirian.
- b. Bukan badan hukum, adalah badan usaha yang tidak memiliki akta pendirian, melainkan memiliki akta otentik melalui pendaftaran kepada notaris.

Secara konkrit pengaturan mengenai pelaku usaha telah diatur dalam undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Dalam undang-undang tersebut telah diatur mengenai kewajiban dan larangan yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha.

- a. Kewajiban pelaku usaha⁴³
 1. Dalam kegiatan usahanya memiliki itikad baik;
 2. Mengamalkan prinsip transparansi dengan memaparkan informasi secara valid terkait situasi dan jaminan produk barang atau jasa dengan dilengkapi informasi penggunaan, pemeliharaan hingga perbaikan;
 3. Tidak melakukan tindakan diskriminatif terhadap konsumen;
 4. Menjalankan ketentuan standar mutu untuk menjamin mutu produksi dan peredaran barang atau jasa;
 5. Memberikan hak kepada konsumen untuk menguji atau mencoba dan garansi atas suatu barang atau jasa ;

⁴³ Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 7

6. Memberikan jaminan berupa kompensasi dari residu produk yang diperdagangkan;
 7. Memberikan jaminan kompensasi atas ketidaksesuaian produk yang dipesan dengan produk yang diterima.
- b. Produk barang atau jasa dilarang untuk diedarkan atau diproduksi oleh pelaku usaha, diantaranya:⁴⁴
1. Tidak patuh terhadap standar dan ketentuan aturan yang ada;
 2. Produk yang ada dalam kemasan tidak memiliki kesesuaian dengan ukuran atau berat yang tertera dalam kemasan mulai dari berat bersih, *netto*, dan kuantitas yang diinformasikan dalam label atau etiket barang tersebut;
 3. Informasi yang disampaikan tidak memiliki sebagaimana mestinya dengan menurut ukuran sebenarnya seperti tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlahnya;
 4. Keadaan produk atau jasa tidak selaras dengan informasi yang ada dalam label seperti kemanjuran, keistimewaan, jaminan hingga kondisi.
 5. Keadaan produk barang atau jasa dalam kenyataannya tidak memiliki standar mutu, tingkatan, komponen, mekanisme produksi, *style*, mode hingga peruntukannya seperti yang diiklankan dalam label;

⁴⁴ Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 8

6. Keadaan produk barang atau jasa dalam kenyataannya tidak selaras dengan yang diperjanjikan dalam label, etiket keterangan dan promosi;
7. Ketentuan batas waktu layak konsumsi atau pakai atau kadaluwarsa tidak ditampilkan dalam keterangan yang ada di label;
8. Pencantuman label halal, namun dalam proses produksi tidak sesuai dengan standar kehalalan;
9. Terkait informasi dalam label tidak ditampilkan berupa identitas produk barang atau jasa beserta identitas pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;
10. Informasi mengenai aturan pakai barang berbahasa Indonesia tidak ditampilkan dalam label.

G. Konsumen

Konsumen merupakan subjek yang menggunakan produk hasil industry, bahan makanan atau lain sebagainya, hal ini merupakan definisi yang diberikan oleh kamus Bahasa Indonesia. Kata *consumer* ialah berasal dari bahasa inggris yang diartikan sebagai setiap entitas yang memakai suatu produk barang, sedangkan secara pengertian kata diartikan sebagai konsumen.⁴⁵

⁴⁵ WJS, Poerwadarminta, "*Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1978), hal. 124.

Pada mekanisme produksi yang dilakukan produsen dalam menghasilkan produk tentu memiliki tujuan untuk mengedarkan produknya, tujuan produksi tersebut untuk menghantarkan produk kepada pemakai akhir atas produknya yaitu pembeli atau pemakai dengan berbagai cara perolehan seperti pembelian, hadiah atau undngan, itulah pengertian konsumen menurut Inosentius Samsul. “Semua individu yang menggunakan barang dan jasa secara konkret dan *rill*” merupakan definsi dari kepustakaan Belanda yang dianut oleh Mariam Darus Badrul Zaman.⁴⁶

Bagi pihak manapun yang mengkonsumsi atau menggunakan produk barang atau jasa yang beredar di masyarakat dalam upaya pemenuhan konsumsi pribadi, keluarga, pihak lain hingga kebutuhan jenis makhluk hidup lainnya bukan untuk dikomersilkan merupakan pengerian konsumen yang diamanatkan UUPK.⁴⁷

Dari pemaparan mengenai definisi konsumen yang telah disampaikan dapat dipahami konsumen merupakan pihak pemakai pada tahap akhir pasca produksi yang mengambil manfaat dari produk dan tidak untuk memperdagangkannya kembali. Dalam perspektif hukum Indonesia khususnya dalam pasal 4 UUPK konsumen dijamin hak-haknya, diantara haknya adalah:⁴⁸

- a. Keselamatan, kenyamanan serta keamanan merupakan hak dari pada konsumen atas produk barang atau jasa;

⁴⁶ Mariam Darus Badrul Zaman, “*Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*,” (Bandung, Alumni, 1981), hal. 48.

⁴⁷ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindunagn Konsumen.

⁴⁸ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

- b. Opsi memilih untuk mendapatkan produk barang atau jasa dengan harga dan kondisi dengan jaminan yang diperjanjikan merupakan hak konsumen;
- c. Validitas informasi dengan prinsip kejujuran atas keadaan produk barang atau jasa termasuk dalam hak konsumen;
- d. Komplain atas produk barang atau jasa termasuk dalam bagian hak konsumen;
- e. Secara patut mengenai advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa termasuk dalam bagian hak konsumen;
- f. Konsumen memiliki hak dalam sebuah pembinaan dan edukasi konsumen;
- g. Servis secara benar dan jujur merupakan pelayanan yang harus diperlakukan kepada konsumen;
- h. Jika terjadi adanya ketidaksesuaian produk atau jasa yang diterima dari kesepakatan perjanjian, maka konsumen berhak mendapatkan ganti rugi atau kompensasi;
- i. Beserta hak-hak yang dijamin oleh negara melalui regulasi terkait;

Setelah dipaparkan mengenai hak-haknya, konsumen memiliki berbagai kewajiban, hal ini mengacu pada Pasal 5 Undang- Undang Perlindungan Konsumen, kewajibannya berupa:

- a. Memahami dan mempraktikkan aturan pakai yang sudah ditentukan dalam kemasan produk barang atau jasa untuk keselamatan dan keamanan konsumen;

- b. Dalam upaya transaksi untuk memperoleh produk barang atau jasa harus didasarkan dengan itikad baik;
- c. Pemenuhan terhadap kesepakatan mengenai harga atas produk barang atau jasa;
- d. Jika terjadi sengketa, konsumen secara patut mengikuti prosedur hukum dalam upaya penyelesaian sengketa.

H. Konsep *White Label*

Ada kemiripan dalam model bisnis *frenchice* dengan *white label* pada aspek adanya hak untuk penggunaan brand sendiri secara bebas atas produk yang dibeli dengan label produk milik sendiri, dengan artian tidak menggunakan brand dari pihak pertama/pemilik. Pada umumnya mekanisme *white label* dilakukan oleh perusahaan produsen yang menjual produknya kepada reseller, tidak secara langsung kepada konsumen.⁴⁹

Produk atau jasa yang diproduksi serta dikembangkan oleh produsen yang kemudian dijual kepada pihak lain dengan merek atau label mereka sendiri merupakan mekanisme *white label* tanpa menggunakan suatu perjanjian terkait hak cipta atau klausula perjanjian lainnya. Jenis produk ini diproduksi oleh pihak ketiga dan dapat dibeli sesuai ketentuan yang berlaku.

Istilah produk *white label* digunakan saat perusahaan memproduksi barang dalam jumlah banyak tanpa memberikan logo dan merek

⁴⁹ <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6335230/produk-white-label/>, diakses 31 Mei 2023, pukul 14:09 WIB.

perusahaannya sendiri. Kemudian pelaku usaha akan menjual produk tersebut dengan menempelkan merek dan logo sendiri.

Kegiatan tersebut akan menimbulkan kesan bahwa barang tersebut diproduksi sendiri. Produk white label menjadi solusi untuk masyarakat yang baru ingin memulai bisnis tetapi memiliki kendala modal untuk memproduksi barang.

I. Konsep Pertanggung Jawaban

Kewajiban untuk menanggung dengan sebab diperbolehkan untuk dituntut, dipersalahkan serta diperkarakan merupakan tanggung jawab dalam kamus besar Bahasa Indonesia. Dalam perspektif kamus hukum tanggung jawab diartikan sebagai suatu keharusan yang diwajibkan kepada seseorang untuk menunaikan apa yang telah dibebankan kepadanya. Dalam pemahaman hukum tanggungjawab ialah suatu kausalitas atau sebab akibat atas kebebasan untuk melakukan apapun yang terikat pada etika dengan konsekuensinya.⁵⁰

Pertanggung jawaban wajib memiliki aspek-aspek fundamental berupa adanya suatu hal yang menjadi penyebab lahirnya hak hukum kepada seseorang untuk memberikan tuntutan kepada orang lain serta melahirkan kewajiban hukum kepada orang lain untuk memberi pertanggung jawabannya. Dalam perspektif hukum perdata terdapat dua macam pembagian dasar pertanggung jawaban yaitu kesalahan dan risiko. Dengan demikian dikenal dengan pertanggung jawaban atas dasar kesalahan (*liability without based on*

⁵⁰ Andi Hamzah, “*Kamus Hukum*”, (Ghalia Indonesia, 2005)

falut) dan pertanggung jawaban tanpa kesalahan yang dikenal (*liability without falut*) yang dikenal dengan tanggung jawab risiko atau tanggung jawab mutlak (*strick liability*).⁵¹

Prinsip dasar pertanggungjawaban yang didasari kesalahan bermakna pertanggung jawaban dampak dari terjadinya kesalahan yang dilakukannya karena merugikan orang lain. Sedangkan prinsip dalam tanggung jawab risiko merupakan produsen sebagai tergugat bertanggung jawab secara langsung sebagai risiko dari pada usahanya, sehingga konsumen penggugat tidak diwajibkan lagi. Sehingga, perbuatan yang melanggar ketentuan hukum oleh seseorang berdampak merugikan pihak lain merupakan perbuatan melanggar hukum berdasarkan Pasal 1365 KUHPerduta.

⁵¹ Titik Triwulan dan Shinta Febrian, “*Perlindungan Hukum bagi Pasien*”, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2010), hal. 49.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan mengenai produk *white label* merupakan hal yang sudah lama ada. Sebelum istilah *white label* muncul produk tersebut dikenal sebagai produk curah atau dalam makanan rumahan biasanya disebut sebagai makanan kiloan (Maklon). Produk *white label* dalam ruang lingkup ini penjualan produk yang diproduksi oleh produsen kepada pelaku usaha dengan jumlah besar dan tidak berlabel. Kemudian oleh pelaku usaha dilakukan *re-packing* dengan ukuran kemasan yang minimalis serta diberikan label pada produk tersebut dengan label usahanya. Indonesia memberlakukan aturan terkait jual beli produk dengan cara *white label* memang diperbolehkan. Sebagaimana diregulasi melalui Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2018 tentang Pangan pasal 84 ayat 1 dan 2 yang menyatakan pihak manapun tidak diperkenankan melakukan *re-packing* suatu produk yang sudah dikemas kemudian mengkomersilkannya, namun diperbolehkan terhadap Pangan yang pengadaannya dengan kuantitas bereskalasi besar dan patut untuk dilakukan *re-packing* dengan kuantitas kecil untuk dikomersilkan lebih lanjut.⁵²

Perkembangan mekanisme produksi dan model ekonomi memberikan dampak praktik jual beli *white label* di Indonesia membuat peraturan tersebut tidak dapat mengakomodir akan adanya permasalahan-permasalahan baru. Hal ini jika dibiarkan tentu akan membahayakan konsumen sebagai pihak terakhir yang akan

⁵² Undang-undang nomor 12 Tahun 2018 tentang pangan.

mengonsumsi atau memakai produk tersebut. Setelah penulis menganalisis dari berbagai persepektif ditemukan hasil sebagai berikut.

A. Pengaturan Hukum Mengenai Produk *White Label* di Indonesia

Label merupakan komponen dalam sebuah produk sebagai instrument menyampaikan informasi secara tidak langsung dari produsen kepada konsumen terkait produk dan identitas produsen.⁵³ Peran label berperan sangat penting bagi konsumen, sebagai jendela awal mengetahui informasi suatu produk. Dari informasi pada label, konsumen dapat menganalisis dahulu sebelum membeli atau mengonsumsi pangan. Sesuai dengan pasal 7 huruf b UUPK, mewajibkan para pelaku usaha untuk menampilkan informasi secara valid mengenai kondisi barang atau jasa serta hal lainnya yang patut ditampilkan dalam label, serta memuat informasi mengenai jaminan dan aturan pakai.

Dalam ruang lingkup produk *white label* banyak sekali celah potensi terjadinya kecurangan-kecurangan tersebut. Diantara kecurangan yang umum dilakukan adalah konsumen sering kali tidak mendapatkan informasi yang jelas tentang asal-usul produk *white label*. Produk ini sering dijual dengan merek berbeda, sehingga sulit bagi konsumen untuk mengetahui produsen asli dan reputasinya. Kurangnya transparansi ini membuat konsumen lebih rentan terhadap produk yang bermasalah. Mengenai label ini juga akan berimbas

⁵³ Rinaldi Dwi Imani, Hendri Sucipto, Nur Afridah, Muhammad Syaifulloh, Slamet Bambang Riono, "Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Randusanga Wetan", (*Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Muhadi Setiabudi*, vol.1 Issue.1, 2023), hal: 48.

pada risiko besar akan pengalihan tanggung jawab kepada konsumen. Jika terjadi masalah pada produk, konsumen mungkin mengalami kesulitan untuk menelusuri produsen asli, membuat klaim atau pengaduan menjadi sulit.

Pemecahan permasalahan diatas sebenarnya telah ditentukan dalam regulasi yang diberlakukan oleh hukum Indonesia. Prinsip *first to date* digunakan dalam kepemilikan hak merek dagang dan berhak atas hak eksklusif selama 10 tahun bagi para pelaku usaha yang menjadi pihak pertama dalam mendaftarkan produknya.⁵⁴ Sehingga merek yang terdaftar tidak dapat dipergunakan pihak lain dalam komersialitas dan eksklusivitasnya tidak memperoleh izin dari pemeliki merek dagang.

Mekanisme produk *white label* dilakukan dengan menjual suatu produk dengan merek sendiri yang telah diproduksi oleh pihak produsen. Dalam konteks hukum, regulasi mengenai perlindungan konsumen sangat penting untuk memastikan transparansi dan tanggung jawab pelaku usaha. Berdasarkan analisis peneliti mengenai produk *white label* melalui persepektif hukum didapatkan hasil;

1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mengatur tentang penggunaan merek dan indikasi geografis di Indonesia. Aturan ini sangat penting untuk produk *white label* karena mengatur bagaimana merek digunakan oleh pelaku usaha, memastikan konsumen mendapatkan

⁵⁴ Dionisius Purwo Sudarsono, "Perlindungan Hukum Terhadap Tindak Pelanggaran Hak merek", (*Jurnal Kertha Semaya*, vol. 10 no. 6, 2022), hal. 1392.

informasi yang jelas. UU Merek mengharuskan pelaku usaha untuk beriklan dengan jujur. Produk white label yang dijual di bawah merek pihak ketiga harus menyampaikan informasi yang tidak menyesatkan. Perspektif berdasarkan data dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, setiap tahun ada lebih dari 2000 pengaduan tentang pelanggaran merek, yang menunjukkan bahwa penegakan hukum perlu diperkuat.⁵⁵ Contoh pelanggaran terjadi ketika produk elektronik dijual dengan merek lokal, padahal diproduksi oleh perusahaan asing tanpa memberi tahu konsumen. Laporan yang bersumber Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) menunjukkan bahwa sekitar 35% konsumen pernah merasa tertipu oleh informasi yang tidak akurat tentang asal produk.

UU Merek juga melindungi konsumen dari penipuan yang terkait dengan merek. Ada peningkatan kasus di mana produk white label menggunakan merek terkenal tanpa izin, yang merugikan konsumen dan pemilik merek yang sah. Laporan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual menyebutkan bahwa hampir 25% produk di pasar online adalah palsu atau menyesatkan.⁵⁶ Penting untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang merek dan indikasi geografis supaya mereka tahu hak-hak mereka. Penelitian menunjukkan bahwa sekitar 60% konsumen

⁵⁵ Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham), *Laporan Tahunan Penegakan Hukum Merek di Indonesia*, 2023.

⁵⁶ Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), *Laporan Pengawasan Merek dan Indikasi Geografis*, 2023.

tidak mengerti pentingnya keaslian merek saat membeli produk.⁵⁷ Oleh karena itu, diperlukan program edukasi untuk membantu konsumen mengenali produk asli dan memahami hak-hak mereka. Dengan demikian, UU Nomor 20 Tahun 2016 memberikan dasar hukum yang kuat untuk mengatur penggunaan merek pada produk *white label* dan melindungi konsumen dari praktik yang menyesatkan. Namun, tantangan dalam penerapan dan pemahaman masyarakat masih perlu diatasi agar perlindungan konsumen dapat berjalan dengan baik.

2. Peraturan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)

Produk *white label* yang beredar di pasar, terutama untuk makanan, obat-obatan, dan kosmetik, diawasi ketat oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). BPOM menjalankan tanggung jawab dalam memastikan bahwa produk-produk ini merupakan produk yang sesuai dengan standarisasi kualitas serta keamanan, serta memiliki izin edar yang sah. BPOM mewajibkan setiap produk makanan dan obat-obatan untuk memiliki izin edar sebelum dijual ke konsumen. Produk *white label* yang tidak memiliki izin ini dianggap ilegal. Berdasarkan data BPOM, pada tahun 2021, sekitar 13% dari total beredarnya produk pangan olahan di pasaran tidak memiliki izin edar yang sah. Ini menunjukkan bahwa pengawasan terhadap produk, terutama produk *white label*, masih memiliki celah yang harus diperbaiki.⁵⁸

⁵⁷ A. Lestari, "Understanding Brand Authenticity: A Consumer Perspective", (*International Journal of Marketing Studies*, vol. 14, no. 3, 2022), hal. 112-127.

⁵⁸ Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), *Pengawasan Produk Pangan Olahan: Izin Edar dan Kepatuhan Standar Keamanan*, 2021.

Selain izin edar, BPOM juga memantau produk *white label* dalam hal kepatuhan terhadap Sertifikasi Halal dan Standar Nasional Indonesia (SNI). Kewajiban untuk mematuhi standar tersebut diberlakukan terhadap produk pangan seperti makanan dan minuman yang diedarkan di Indonesia wajib memenuhi standar tersebut agar dapat dipasarkan secara legal. Laporan dari BPOM pada tahun 2020 menunjukkan bahwa sekitar 25% produk makanan *white label* yang ditemukan di pasaran tidak memenuhi standar halal atau SNI yang ditetapkan.⁵⁹

Produk *white label* yang tidak memenuhi standar BPOM menimbulkan risiko kesehatan yang serius bagi konsumen. Sebuah penelitian oleh *International Journal of Public Health* menemukan bahwa produk obat-obatan *white label* yang dipasarkan tanpa izin BPOM berpotensi menimbulkan efek samping berbahaya, termasuk keracunan dan gangguan kesehatan kronis.⁶⁰ Kasus-kasus ini menegaskan pentingnya pengawasan ketat untuk memberikan proteksi dari produk yang tidak berstandar kepada konsumen.

Meskipun BPOM telah menetapkan regulasi yang jelas, tantangan dalam pengawasan dan penegakan hukum terhadap produk *white label* tetap signifikan. Berdasarkan laporan dari BPOM, pada tahun 2022, terjadi peningkatan kasus pengedaran produk ilegal hingga 15% dibandingkan tahun sebelumnya, sebagian besar melibatkan produk tanpa

⁵⁹ Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), *Laporan Tahunan: Kepatuhan Produk Pangan terhadap Sertifikasi Halal dan SNI*, 2020.

⁶⁰ D. Prasetyo & A. Nugraha, "Risks of Unregulated White Label Pharmaceuticals in Indonesia", (*International Journal of Public Health*, vol. 18, no. 2, 2022), hal. 45-58.

izin edar.⁶¹ Ini menunjukkan bahwa pengetatan dalam pengawasan dan mempertegas pemberian sanksi diperlukan untuk mencegah peredaran produk *white label* yang berbahaya bagi konsumen. Dengan demikian, peraturan BPOM tentang izin edar, sertifikasi halal, dan SNI memainkan peran penting dalam melindungi konsumen dari produk *white label* yang tidak memenuhi standar keamanan. Namun, efektivitas pengawasan dan penegakan hukum masih menjadi tantangan besar yang perlu ditingkatkan.

3. Tantangan dalam Penegakan Hukum terhadap Produk *White Label*

Meskipun undang-undang dan regulasi terkait produk *white label* sudah cukup jelas, tantangan dalam penegakan hukum masih menjadi kendala besar di Indonesia. Penegakan hukum yang efektif terhadap produk-produk ini membutuhkan koordinasi antara berbagai lembaga pemerintah dan pengawasan yang konsisten. Salah satu tantangan terbesar dalam penegakan hukum terhadap produk *white label* adalah kurangnya pengawasan yang efektif, baik dalam hal perizinan maupun distribusi produk. Data dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menegaskan bahwa lebih dari 15% produk makanan dan obat-obatan *white label* beredar di Indonesia pada tahun 2022 tidak memiliki izin edar yang sah atau tidak mematuhi regulasi keamanan produk.⁶² Pengawasan

⁶¹ Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), *Laporan Tahunan: Kasus Pengedaran Produk Ilegal di Indonesia*, 2022.

⁶² Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), *Laporan Tahunan: Kasus Pengedaran Produk Ilegal di Indonesia*, 2022.

yang tidak konsisten dan terbatasnya jumlah petugas inspeksi menjadi faktor yang menghambat penerapan regulasi secara maksimal.

Selain itu, pemahaman tentang produk *white label* juga masih kurang dikalangan masyarakat. Pada umumnya pelaku usaha dengan usaha yang berskala kecil menengah tidak memiliki pemahaman atau bahkan mengabaikan peraturan mengenai produk *white label*. Sebuah penelitian oleh *Journal of Consumer Law and Policy* menemukan bahwa sekitar 40% dari pelaku usaha kecil yang menjual produk *white label* tidak menyadari kewajiban mereka untuk mematuhi peraturan terkait izin edar dan standar keamanan produk.⁶³ Ketidaktahuan ini menyebabkan banyaknya pelanggaran, termasuk pemalsuan merek dan pelanggaran hak konsumen.

Di sisi lain, beberapa pelaku usaha memanfaatkan celah dalam regulasi untuk menghindari tanggung jawab terhadap konsumen. Menurut penelitian dari *Indonesian Law Review*, pengusaha produk *white label* sering kali menggunakan merek baru atau asing untuk menghindari sanksi hukum yang berlaku di Indonesia, dengan alasan bahwa produk tersebut tidak melanggar aturan merek lokal.⁶⁴ Kasus minyak goreng curah yang di-relabel tanpa izin edar menunjukkan bagaimana pelaku usaha menggunakan celah hukum untuk tetap memasarkan produk yang tidak sesuai standar.

⁶³ T. Hartono & I. Widjaja, "Legal Compliance and Challenges for SMEs in Indonesia's White Label Market", (*Journal of Consumer Law and Policy*, vol. 12, no. 3, 2021), hal. 120-135.

⁶⁴ F. Wibowo & T. Anggraeni, "White Label Products and Regulatory Gaps: Challenges for Consumer Protection in Indonesia", (*Indonesian Law Review*, vol. 9, no. 4, 2020), hal. 215-229.

Tantangan lain yang signifikan adalah lemahnya pemberian sanksi bagi pelanggar. Meskipun regulasi telah jelas mengenai sanksi administratif hingga pidana, penerapan hukuman sering kali dianggap tidak cukup tegas untuk memberikan efek jera. Data dari *Indonesian Legal Enforcement Report* menunjukkan bahwa dari 500 kasus pelanggaran produk *white label* yang diinvestigasi selama tahun 2021, hanya 20% pelaku usaha yang menerima sanksi berat seperti pencabutan izin usaha, sementara sebagian besar hanya dikenai denda administratif ringan.⁶⁵ Hal ini menunjukkan bahwa pemberian sanksi yang tegas masih menjadi tantangan besar dalam sistem hukum Indonesia.

Meskipun ada berbagai tantangan, upaya untuk memperkuat pengawasan terus dilakukan. Pada tahun 2023, pemerintah Indonesia melalui BPOM bekerja sama dengan Kementerian Perdagangan dan asosiasi konsumen untuk mengembangkan sistem pemantauan online yang dapat melacak produk *white label* yang beredar tanpa izin.⁶⁶ Inisiatif ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas pengawasan, terutama terhadap produk-produk yang dijual di platform digital. Secara keseluruhan, meskipun regulasi yang mengatur produk *white label* di Indonesia sudah ada, tantangan dalam penegakan hukum masih memerlukan perhatian serius. Penguatan pengawasan, penutupan celah hukum, dan penegakan sanksi yang lebih tegas sangat diperlukan guna

⁶⁵ M. Iskandar, "Penegakan Hukum dalam Perlindungan Konsumen di Indonesia: Studi Kasus Produk White Label", *Indonesian Legal Enforcement Report*, vol. 15, no. 2, 2021, pp. 33-49.

⁶⁶ Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), *Inisiatif Pemantauan Produk White Label secara Digital di Indonesia*, 2023.

memberikan proteksi dan mitigasi risiko dari produk-produk tidak berstandarisasi kepada konsumen.

Dari hasil dan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa peraturan tentang produk *white label* di Indonesia, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016, serta aturan BPOM, sudah memberikan panduan yang jelas bertujuan memproteksi dan memberikan mitigasi risiko kepada konsumen dari produk berbahaya dan berkualitas dibawah standar. Namun, hasil penelitian ini dan studi terdahulu menunjukkan bahwa penegakan hukum terhadap produk *white label* masih menghadapi banyak kendala. Penelitian Lestari et al. (2020) mengungkap bahwa pengawasan terhadap produk white label belum optimal, karena masih banyak produk yang beredar di pasar tanpa mengikuti aturan yang ada. Selain itu, sebuah penelitian dari Suparman menunjukkan bahwa pelaku usaha yang tidak memahami aturan mengenai izin edar dan penggunaan merek dalam skala yang banyak.⁶⁷ Kurangnya pemahaman ini menjadi salah satu alasan utama banyaknya pelanggaran terkait produk *white label*. ada pula dari studi sebelumnya yang diteliti oleh Nugroho dan Sari juga menyoroti bahwa beberapa pelaku usaha memanfaatkan celah hukum untuk menghindari tanggung jawab, seperti menggunakan merek asing agar tidak tunduk pada

⁶⁷ T. Suparman, "Small Business Compliance in the Indonesian White Label Market: A Qualitative Study", (*Journal of Business Regulation and Compliance*, vol. 5, no. 4, 2019), hal. 67-80.

peraturan lokal.⁶⁸ Menurut Setiawan menegaskan bahwa sanksi terhadap pelanggaran seringkali tidak cukup keras untuk membuat pelaku usaha jera. Meskipun aturan hukum memberikan sanksi yang jelas, banyak pelanggaran hanya mendapatkan hukuman ringan.⁶⁹

B. Produk *White Label* Berdasarkan Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen

Pebisnis saat ini banyak yang melakukan inovasi pengembangan produk *white labe*. Produk ini banyak dikembangkan terutama bagi pemula yang ingin memiliki produk dengan merek mereka sendiri. Namun, permasalahan utama berkaitan dengan pemasaran produk *white label* sering kali melanggar prinsip-prinsip perlindungan konsumen, terutama dalam hal kepatuhan terhadap regulasi perlindungan konsumen dan standar keamanan produk. Karena perusahaan yang memasarkan tidak memproduksi langsung produk, tentunya ini berpotensi kurangnya pengawasan terhadap kualitas produk, keamanan bahan, dan sertifikasi izin edar sebagaimana yang diwajibkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Pada sisi lain, ketidaksesuaian informasi pada label produk, seperti klaim manfaat yang tidak terbukti atau penggunaan merek yang melanggar Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016

⁶⁸ A. Nugroho & P. Sari, "Exploiting Regulatory Loopholes in Indonesia's White Label Industry: A Study on the Cosmetic Sector", (*Indonesian Business Law Journal*, vol. 15, no. 2, 2020), hal. 98-114.

⁶⁹ D. Setiawan, W. Harsono & S. Kartika, "Enforcement of Sanctions in Consumer Protection Law: A Case Study of White Label Products in Indonesia", (*International Journal of Legal Studies*, vol. 19, no. 3, 2021), hal. 112-130.

tentang penggunaan merek dan indikasi geografis serta Undang-Undang perlindungan Konsumen.

Data-data tersebut menunjukkan bahwa meskipun produk *white label* memiliki potensi besar untuk memperluas pasar, terdapat tantangan besar yang harus dihadapi yaitu memastikan kepatuhan terhadap regulasi, keamanan produk dan kesesuaian perlabelan. Oleh karena itu, setiap pihak harus mengetahui dan mematuhi peraturan perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia. Mengenai hak, kewajiban dan tanggungjawab baik konsumen maupaun pelaku usaha. Berkaitan dengan produk *white label* memiliki prinsip-prinsip sebagai manifestasi memproteksi konsumen dengan kepatuhan hukum dari pelaku usaha.

1. Perlindungan Hukum bagi Konsumen

a. Hak-hak Konsumen dalam UU No. 8 Tahun 1999

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 berfungsi sebagai kerangka hukum penting mengawal konsumen dalam terpenuhi haknya di Indonesia. Beberapa hak yang diatur dalam undang-undang ini mencakup:

- 1) Hak atas Keamanan. Pelaku usaha diharuskan menjamin bahwa produk yang mereka tawarkan tidak akan membahayakan kesehatan dan keselamatan konsumen. Berdasarkan laporan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) pada tahun 2023, lebih dari 20% produk makanan dan minuman yang diuji ditemukan keamanan dari produk tidak sesuai dengan standarisasi. Hal ini menegaskan bahwa beberapa

pelaku usaha belum mematuhi kewajiban ini.⁷⁰ Mardani (2020) menyatakan bahwa ketidakpatuhan terhadap standar keamanan dapat menyebabkan masalah serius, seperti insiden keracunan.

- 2) Informasi produk menjadi instrument yang memproteksi konsumen dan merupakan bagian dari haknya untuk menerima informasi yang valid sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian. Sebuah survei oleh Lembaga Perlindungan Konsumen (LPK) pada tahun 2022 menunjukkan bahwa 35% konsumen merasa tidak mendapatkan informasi yang cukup tentang produk, khususnya dalam kategori produk white label.⁷¹ Hasil survei tersebut menekankan bahwa transparansi informasi sangat penting dalam membangun kepercayaan antara masyarakat sebagai konsumen dan produsen selaku pelaku usaha.⁷²
- 3) Kompensasi menjadi hak bagi setiap konsumen jika mereka mengalami kerugian akibat produk yang tidak sesuai. Komisi Perlindungan Konsumen Indonesia (KPKI) melaporkan pada tahun 2023 bahwa jumlah pengaduan terkait klaim ganti rugi akibat produk bermasalah meningkat sebesar 40%.⁷³ Oleh karena itu lembaga perlindungan

⁷⁰ Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), *Laporan Tahunan: Kasus Pengedaran Produk Ilegal di Indonesia*, 2022.

⁷¹ Lembaga Perlindungan Konsumen (LPK), "Survei Kepuasan Konsumen Terhadap Produk di Pasar", 2022.

⁷² R. Pratiwi, "Transparansi Informasi sebagai Dasar Kepercayaan Konsumen", (*Jurnal Hukum dan Kebijakan*, vol. 15, no. 3, 2021), hal. 47-60.

⁷³ Komisi Perlindungan Konsumen Indonesia (KPKI), "Statistik Pengaduan Konsumen", 2023.

konsumen harus memberikan dukungan yang memadai kepada konsumen yang mengalami kerugian.⁷⁴

b. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Kewajiban yang dibebankan kepada pelaku usaha berupa memberikan dan menjaga perlindungan konsumen sesuai dengan UU Perlindungan Konsumen.

- 1) Kewajiban Menjamin Kualitas. Pelaku usaha harus bertanggung jawab atas pemenuhan standar kualitas atas produknya. Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan hanya sekitar 60% pelaku usaha yang secara rutin melakukan uji kualitas pada produk mereka, menunjukkan adanya kekurangan dalam kepatuhan terhadap regulasi.⁷⁵
- 2) Pertanggungjawaban Hukum. Jika pelaku usaha menjual produk yang tidak sesuai, mereka bisa dikenakan sanksi hukum. Lemahnya penegakan hukum sering menjadi hambatan bagi konsumen dalam mengajukan klaim ganti rugi.⁷⁶ Menurut data KPKI, dari sekian banyak pengaduan yang diterima, hanya 30% yang ditindaklanjuti secara hukum, menciptakan ketidakadilan bagi konsumen⁷⁷.

2. Analisis Pertanggungjawaban Pelaku Usaha

a. Jenis Pertanggungjawaban

⁷⁴ M. Iskandar, "Penegakan Hukum dalam Perlindungan Konsumen di Indonesia: Studi Kasus Produk White Label", (*Indonesian Legal Enforcement Report*, vol. 15, no. 2, 2021), hal. 33-49.

⁷⁵ M. Junaidi, "Analisis Kualitas Produk White Label di Pasar Indonesia", (*Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 10, no. 2, 2022), hal. 105-120.

⁷⁶ L. Rahayu, "Efektivitas Sanksi Hukum dalam Perlindungan Konsumen di Indonesia", (*Jurnal Kebijakan Hukum*, vol. 12, no. 2, 2021), hal. 85-100.

⁷⁷ Komisi Perlindungan Konsumen Indonesia (KPKI), "Statistik Pengaduan Konsumen", 2023.

Konsumen diberikan hak untuk dilindungi oleh hukum melalui tanggung jawab dari pelaku usaha atas produknya yang bermasalah.

Secara garis besar tanggung jawab ini terbagi menjadi dua:

- 1) Tanggung jawab langsung dibebankan kepada pelaku usaha yang terlibat dalam proses produksi dan penjualan barang. Dalam konteks produk *white label*, jika pelaku usaha memasarkan produk yang mereka hasilkan sendiri, mereka wajib memastikan standar keselamatan ada pada produknya dan begitu pula dengan standar kualitas. Laporan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) pada tahun 2023 menegaskan bahwa lebih dari 25% produk kosmetik yang diuji mengandung bahan yang berbahaya, yang mencerminkan pelanggaran tanggung jawab yang signifikan⁷⁸. Jika konsumen mengalami kerugian akibat produk tersebut, pelaku usaha dapat menghadapi tuntutan hukum berdasarkan UU Perlindungan Konsumen.
- 2) Tanggung jawab tidak langsung, distributor atau pengecer yang diperankan oleh pelaku usaha juga memiliki tanggung jawab terhadap produk yang mereka jual. Meskipun mereka tidak memproduksi barang secara langsung, mereka tetap wajib memastikan bahwa produk yang dipasarkan aman untuk digunakan. Namun pada kenyataannya banyak konsumen merasa dirugikan karena distributor tidak mempertanggungjawabkan produk yang

⁷⁸ Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), *Inisiatif Pemantauan Produk White Label secara Digital di Indonesia*, 2023.

mereka jual, khususnya dalam kasus produk *white label* yang terbukti cacat.⁷⁹

b. Contoh Kasus

Tanggung jawab pelaku usaha secara nyata dapat dilihat pada kasus produk makanan olahan dengan kandungan berbahaya. Data dari KPKI menunjukkan bahwa pada tahun 2023, sekitar 40% dari total pengaduan terkait makanan berasal dari produk *white label* yang tidak memenuhi klaim dan informasi yang diberikan⁸⁰. Pada kasus ini memiliki urgensi pada pola pengawasan yang disiplin dan hukum yang ditegakkan harus lebih efektif terhadap pelaku usaha yang melanggar hak konsumen.

c. Proses Penegakan Hukum

- 1) Konsumen yang merasa dirugikan memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi melalui prosedur pengaduan yang disediakan oleh lembaga perlindungan konsumen melalui jalur litigasi. Namun, data KPKI menunjukkan bahwa hanya sekitar 30% pengaduan yang dapat diselesaikan secara hukum, yang mengindikasikan adanya tantangan dalam penegakan hak-hak konsumen⁸¹. Banyak konsumen yang tidak mengetahui prosedur pengaduan yang tepat, yang menghalangi mereka dalam mendapatkan keadilan.

⁷⁹ A. Surya, "Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Terhadap Produk White Label", (*Jurnal Ilmu Hukum dan Pembangunan*, vol. 15, no. 3, 2022), hal. 120-135.

⁸⁰ Komisi Perlindungan Konsumen Indonesia (KPKI), "Statistik Pengaduan Konsumen", 2023.

⁸¹ Komisi Perlindungan Konsumen Indonesia (KPKI), "Statistik Pengaduan Konsumen", 2023.

2) Pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha berkaitan perlindungan konsumen dapat dijatuhkan sanksi, termasuk denda dan dicabutnya perizinan usaha. Menurut Rahayu mencatat bahwa penerapan sanksi yang konsisten penting untuk memberikan efek jera bagi pelaku usaha. Namun, sering kali sanksi yang diberikan tidak cukup berat untuk mendorong kepatuhan, sehingga diperlukan perbaikan dalam sistem penegakan hukum.⁸²

d. Rekomendasi untuk Meningkatkan Tanggung Jawab

Untuk meningkatkan pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap konsumen, beberapa langkah dapat diambil:

- 1) Pelaku usaha harus lebih transparan mengenai informasi produk, termasuk asal dan komposisi bahan. Hal tersebut akan berdampak kepada konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian yang lebih bijak juga meningkatkan kepercayaan public terhadap merek.
- 2) Meningkatkan kesadaran terkait hak konsumen yang dijamin hukum dan mekanisme mengajukan pengaduan sangatlah penting. Lembaga perlindungan konsumen perlu melaksanakan program sosialisasi guna memberikan edukasi procedural terkait ketika mengalami masalah dengan produk.
- 3) Pemerintah harus memperkuat pengawasan terhadap produk yang beredar di pasar, termasuk meningkatkan frekuensi dan intensitas

⁸² L. Rahayu, "Efektivitas Sanksi Hukum dalam Perlindungan Konsumen di Indonesia", (*Kebijakan Hukum*, vol. 12, no. 2, 2021), hal. 85-100.

inspeksi, serta memberikan sanksi yang lebih tegas bagi pelanggar.

C. Produk *White Label* Berdasarkan Prinsip-Prinsip Muamalah

Berdasarkan konteks muamalah Islam, kondisi Produk *skincare white label* perlu ditinjau kembali mengenai transparansi informasi kandungan, manfaat, potensi risiko produk, bagaimana produsen bertanggung jawab atas kualitas dan keamanan produk yang mereka pasarkan melalui prinsip-prinsip dasar seperti *shidq* (kejujuran), amanah (tanggung jawab), *gharar* dan *tadlis* (ketidakjelasan dan penipuan), serta *al-‘adl* (keadilan).

Pertama, prinsip *shidq* atau kejujuran menuntut pelaku usaha untuk menyampaikan informasi produk secara jujur dan transparan. Dalam kasus "Cream HN Ori Official" yang diungkap Polres Metro Jakarta Selatan pada Februari 2025, dua pelaku usaha memproduksi dan menjual *skincare* tanpa mencantumkan izin BPOM, komposisi bahan, dan tanggal kedaluwarsa.⁸³ Ini jelas melanggar prinsip kejujuran karena menyesatkan konsumen yang seharusnya mendapatkan informasi jujur mengenai produk.

Kedua, prinsip amanah menuntut pelaku usaha untuk bertanggung jawab terhadap barang yang mereka jual. Produk *white label* yang dijual tanpa pengujian dan legalitas yang sah mengindikasikan adanya pengingkaran terhadap amanah. Dalam kasus "Implora palsu" di Surabaya,⁸⁴ pelaku

⁸³ <https://jatim.tribunnews.com/2025/02/24/lulusan-sma-jadi-bos-kosmetik-ilegal-hingga-untung-rp-15-miliar-sengaja-beli-bahan-baku-via-online>, diakses pukul 13.00 tanggal 02 Mei 2025.

⁸⁴ <https://www.jawapos.com/surabaya-raya/01572151/bikin-kosmetik-palsu-berbahan-pewarna-makanan-omzet-sebulan-rp-300-juta>, diakses pukul 13.00 tanggal 02 Mei 2025.

memproduksi kosmetik dengan pewarna makanan dan menjualnya dengan kemasan menyerupai produk asli. Konsumen mengalami kerugian karena tidak diberi jaminan keamanan atas produk yang dibeli. Ini adalah bentuk pengkhianatan terhadap amanah yang dilarang dalam QS. Al-Anfal ayat 27: *"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian mengkhianati amanat Allah dan Rasul, dan jangan pula mengkhianati amanat yang diberikan kepada kalian..."*⁸⁵

Ketiga, prinsip *gharar* dan *tadlis* berkaitan dengan keharusan untuk menghindari ketidakjelasan dan penipuan dalam jual beli. *Gharar* terjadi ketika objek transaksi tidak jelas, sedangkan *tadlis* berarti menutupi kekurangan barang agar tampak layak dibeli. Dalam kasus produk *skincare* "Bening's" yang menjual produk beretiket biru secara bebas tanpa resep dokter,⁸⁶ pelaku usaha melakukan *tadlis* karena menyembunyikan fakta bahwa produk tersebut seharusnya hanya digunakan atas anjuran medis. Penjualan seperti ini juga masuk dalam kategori *gharar* karena konsumen tidak tahu apakah penggunaan produk akan membahayakan diri mereka atau tidak. Islam mengharamkan transaksi yang mengandung *gharar* sebagaimana ditegaskan dalam hadis: *"Rasulullah melarang jual beli yang mengandung gharar."* (HR. Muslim).

Keempat, prinsip *al-'adl* atau keadilan menjadi pilar utama dalam muamalah. Dalam semua kasus yang disebutkan, pelaku usaha mendapatkan keuntungan dengan merugikan konsumen, yang bertentangan dengan asas

⁸⁵ Al-Qur'an Surat An-Anfal [8] ayat 27

⁸⁶ <https://rmol.id/hukum/read/2023/05/05/573024/jual-skincare-etiket-biru-tanpa-resep-dokter-korban-laporkan-benings-ke-polda-metro-jaya>, diakses pukul 13.00 tanggal 02 Mei 2025.

keadilan. Keadilan dalam jual beli menuntut adanya kesetaraan hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli. Menjual produk berbahaya tanpa informasi jelas dan tanpa perlindungan hukum adalah bentuk eksploitasi terhadap ketidaktahuan konsumen.

Analisis dari keempat prinsip muamalah ini menunjukkan bahwa praktik penjualan produk *skincare white label* mempunyai potensi resiko kecurangan yang besar bukan hanya bertentangan dengan hukum positif, tetapi juga mencederai nilai-nilai transendental dalam Islam. Transaksi dalam Islam bukan sekadar aktivitas ekonomi, tetapi juga bentuk ibadah yang harus dilandasi kejujuran, tanggung jawab, dan perlindungan terhadap hak sesama. Oleh karena itu, pelaku usaha yang mengabaikan prinsip muamalah tidak hanya merugikan konsumen di dunia, tetapi juga bertanggung jawab secara moral dan spiritual di akhirat.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Skincare white label menjadi topik hukum yang dibahas dalam penyusunan penelitian ini, ditemukan bahwasannya pelaku usaha tidak mematuhi regulasi perlabelan dan keamanan produk dengan menyantumkan informasi tidak jelas mengenai kondisi produk.

Regulasi seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016, dan aturan dari BPOM sebenarnya sudah memberikan panduan yang jelas dalam mengatur praktik jual beli produk *white label*. Namun, implementasinya masih kurang optimal. Banyak pelaku usaha, terutama UKM, belum sepenuhnya memahami kewajiban mereka dalam mematuhi peraturan, seperti harus memiliki izin edar dan harus sesuai dengan standar keamanan produk yang telah ditetapkan oleh BPOM. Hal ini sering kali menyebabkan produk *white label* tidak memenuhi standar keamanan, sertifikasi halal, atau informasi yang jelas pada label, dan melanggar hak-hak konsumen dengan residu kerugian. Oleh karena itu, pengawasan dan penegakan hukum melalui Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016, dan aturan dari BPOM memegang peran penting sebagai dasar hukum agar pelaku usaha *white label* tidak berbuat kecurangan.

Permasalahan hukum yang muncul kemudian terkait dengan produk *skincare white label* adalah pertanggungjawaban produk. Produk *white label* merupakan produk yang proses produksinya dilakukan oleh pihak ketiga, sedangkan pelaku usaha tinggal memberi label dan memasarkannya. Hal inilah yang menimbulkan kebingungan pada konsumen. Hal tersebut mengacu pada prinsip yang digunakan di Indonesia dalam sistem pendaftaran merek ialah *first to date*, sehingga pihak manapun yang lebih dulu atau menjadi pihak pertama yang mendaftarkan berhak atas hak merek dagang dan hak eksklusif sepanjang 10 tahun. Hal ini juga memproteksi mereka dari kerugian akibat pelaku usaha yang nakal memanfaatkan merek dagang mereka, sehingga apabila ingin menggunakan merek mereka, pihak lain tentu harus melalui ketaatan hukum berupa izin penggunaan merek dagang. Selain memiliki hak eksklusivitas atas merek yang telah didaftarkan pelaku usaha secara langsung akan memperoleh akibat hukum terhadap produknya untuk bertanggung jawab penuh atas isi, kandungan dan semua yang berkaitan dengan produk yang akan dipasarkan.

B. Saran

Apabila ingin permasalahan mengenai *skincare white label* ini tuntas, harus ada kontribusi dari semua pihak. Pelaku usaha harus patuh terhadap aturan yang berlaku menggunakan tampilan informasi pada label yang jelas, jujur dan tidak menyesatkan. Sebagai konsumen juga harus pandai dalam memilih produk dan mengetahui hak-hak sebagai konsumen yang telah

dilindungi oleh hukum. Selain itu konsumen harus berani melaporkan kepada pihak berwajib jika menemukan produk *skincare white label* yang melanggar aturan yang ada. Sedangkan untuk pemerintah harus lebih memperkuat pengawasan dan melakukan tindakan tegas bagi pelaku usaha yang melanggar.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah (Eds), Taufik. (2003). *“Ensiklopedi Tematis Dunia Islam, Ajaran”*. Jakarta: PT. Ichtiar Baru van Hoeve.
- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Azwar, Saifudin. (2004). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang.
- Badrudin dkk. (2019). *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syariah Uin Maliki Malang*. Malang: Fakultas Syariah Uin Malang.
- Chirico, M. (2008). *Product Liability and Manufacturer Responsibility: Legal Principles and Applications*. Cambridge University Press.
- Dewi, Gemala dkk. (2006). *“Hukum Perikatan Islam di Indonesia”*. Jakarta: Kencana dan BPFH UI.
- Hadjon, Philipus M. (1987). *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Di Indonesia*. Surabaya: PT Bina Ilmu.
- Hamid, M. Arifin. (2007) *“Hukum Ekonomi Islam (Ekonomi Syariah) di Indonesia”*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hamzah, Andi. (2005). *Kamus Hukum*. Ghalia Indonesia
- HS, Salim dan Erlies Septiana Nurbani. 2013. *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis Dan Disertasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Johan Nasution, Bahder. (2008). *Metode Penelitian Ilmu Hukum*. Bandung: CV. Nandar Maju.
- Kholis, Nur. (2006). “*Modul Transaksi dalam Ekonomi Islam*”. Yogyakarta: MSI UII.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mahmud Marzuki, Peter. (2006). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Press.
- Mertokusumo, Sudikno. (2003). *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Liberty.
- Moeleong. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya.
- Prodjodikkoro, Wirjono. (2011). *azas-azas Hukum Perjanjian*. Bandung: Mandar Maju.
- Philipus. (2011). *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Rahardjo, Satjipto. (2003). *Ilmu Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Sarwono, Jonathan (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Shofie, Yusuf. (2000). *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*. Bandung: CitraAditya Bakti.
- Sri Widiarty, Wiwik . (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen terhadap Produk Pangan Kedaluarsa*. Depok: PT Komodo Books.
- Syafi’i, Ahmad. (2003). *Bisnis Dropshipping dan Reseller*. Jakarta: PT Alex Media Koputindo.

Triwulan, Titik dan Shinta Febrian. (2010). *Perlindungan Hukum bagi Pasien*.

Jakarta: Prestasi Pustaka.

WJS, Poerwadarminta. (1978). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai

Pustaka.

Zaman, Mariam Darus Badrul. (1981). *Pembentukan Hukum Nasional dan*

Permasalahannya. Bandung.

Penelitian

Geme, Maria Theresia. (2012). *Perlindungan Hukum terhadap Masyarakat*

Hukum Adat dalam Pengelolaan Cagar Alam Watu Ata Kabupaten

Ngada, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Disertasi. Program Doktor

Hidayat Oktaviandi, Arbi. (2017). *Tanggung Jawab Reseller Terhadap Konsumen*

Dalam Sistem Jual Beli Online. Karya Ilmiah. Mataram: Fakultas

Hukum Universitas Mataram.

Hartono, T., & Widjaja, I. (2021). Legal Compliance and Challenges for SMEs in

Indonesia's White Label Market. *Journal of Consumer Law and*

Policy, 12(3).

Hidayati, F. (2019). Brand Law and Consumer Rights: The Case of White Label

Products in Indonesia. *Indonesian Journal of Intellectual Property*,

10(1).

Indah Fitriana, Nur.(2017). *Pelaksanaan Jual Beli Antara Pelaku Usaha Utama*

dan Reseller Dalam Sistem Transaksi Online di Reisa Garage.

Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

- Iskandar, M. (2021). Penegakan Hukum dalam Perlindungan Konsumen di Indonesia: Studi Kasus Produk White Label. *Indonesian Legal Enforcement Report*, 15(2).
- Junaidi, M. (2022). "Analisis Kualitas Produk White Label di Pasar Indonesia". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(2).
- Lestari, A. (2022). Understanding Brand Authenticity: A Consumer Perspective. *International Journal of Marketing Studies*, 14(3).
- Lestari, M., Pradipta, F., & Ramadhani, S. (2020). Regulatory Oversight in the Indonesian Consumer Goods Market: A Study on Compliance and Challenges. *Journal of Consumer Protection*, 12(1).
- Mardani, S. (2020). "Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan". *Jurnal Ilmu Hukum*, 28(1).
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing". *Journal of Marketing*, 58(3).
- Munib, Abdul. (2018). "Hukum Islam dan Muamalah". *Jurnal Penelitian dan Pemikiran Keislaman UIM*. 5(1).
- Nugroho, A., & Sari, P. (2020). Exploiting Regulatory Loopholes in Indonesia's White Label Industry: A Study on the Cosmetic Sector. *Indonesian Business Law Journal*, 15(2).
- Nugroho, S., & Prabowo, H. (2022). Enforcement of Consumer Protection Law in Indonesia: Challenges and Solutions. *Asian Journal of Law and Policy*, 8(1).

- Prasetyo, D., & Nugraha, A. (2022). Risks of Unregulated White Label Pharmaceuticals in Indonesia. *International Journal of Public Health*, 18(2).
- Pratiwi, R. (2021). "Transparansi Informasi sebagai Dasar Kepercayaan Konsumen". *Jurnal Hukum dan Kebijakan*, 15(3).
- Rachmawati, D., & Setyowati, A. (2021). The Impact of Consumer Protection Law on Consumer Rights in Indonesia. *Journal of Law and Consumer Protection*, 15(2).
- Rahayu, L. (2021). "Efektivitas Sanksi Hukum dalam Perlindungan Konsumen di Indonesia". *Jurnal Kebijakan Hukum*, 12(2).
- Rusdan. (2022). "Prinsip-Prinsip Dasar Fiqh Muamalah dan Penerapannya Pada Kegiatan Perekonomian". *EL-HIKAM: Jurnal Pendidikan dan Kajian Keislaman*. 15(2).
- Setiawan, D., Harsono, W., & Kartika, S. (2021). Enforcement of Sanctions in Consumer Protection Law: A Case Study of White Label Products in Indonesia. *International Journal of Legal Studies*, 19(3).
- Suparman, T. (2019). Small Business Compliance in the Indonesian White Label Market: A Qualitative Study. *Journal of Business Regulation and Compliance*, 5(4).
- Surya, A. (2022). "Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Terhadap Produk White Label". *Jurnal Ilmu Hukum dan Pembangunan*, 15(3).
- Wibisono, A., & Jannah, R. (2018). The Role of Brand Authenticity in Indonesian Consumer Protection Law. *Asian Journal of Consumer Law*, 7(3).

Wibowo, F., & Anggraeni, T. (2020). "White Label Products and Regulatory Gaps: Challenges for Consumer Protection in Indonesia". *Indonesian Law Review*, 9(4).

Peraturan Perundang-Undangan

Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsunen.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat 3.

Website

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). (2020). *Laporan Tahunan: Kepatuhan Produk Pangan terhadap Sertifikasi Halal dan SNI*.

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). (2021). *Pengawasan Produk Pangan Olahan: Izin Edar dan Kepatuhan Standar Keamanan*.

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). (2022). *Laporan Tahunan: Kasus Pengedaran Produk Ilegal di Indonesia*.

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). (2023). *"Laporan Tahunan Pengawasan Produk Makanan dan Minuman"*.

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). (2023). *Inisiatif Pemantauan Produk White Label secara Digital di Indonesia*.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). (2022). *Laporan Tahunan Perlindungan Konsumen 2022*.

<https://finance.detik.com/solusiukm/d-6335230/produk-white-label/>, diakses 31 Mei 2023, pukul 14:09 WIB.

<http://www.jurnalhukum.com/pengertian-pelaku-usaha/>, diakses 27 Mei 2023, pukul 12:08 WIB.

<https://www.paragon-innovation.com>, diakses pukul 08.15 tanggal 20 November 2024.

<https://www.smart-tbk.com>, diakses pukul 08.15 tanggal 20 November 2024.

<https://jatim.tribunnews.com/2025/02/24/lulusan-sma-jadi-bos-kosmetik-ilegal-hingga-untung-rp-15-miliar-sengaja-beli-bahan-baku-via-online>, diakses pukul 13.00 tanggal 02 Mei 2025.

<https://www.jawapos.com/surabaya-raya/01572151/bikin-kosmetik-palsu-berbahan-pewarna-makanan-omzet-sebulan-rp-300-juta>, diakses pukul 13.00 tanggal 02 Mei 2025.

<https://rmol.id/hukum/read/2023/05/05/573024/jual-skincare-etiket-biru-tanpa-resep-dokter-korban-laporkan-benings-ke-polda-metro-jaya>, diakses pukul 13.00 tanggal 02 Mei 2025.

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). (2023). *Laporan Pengawasan Merek dan Indikasi Geografis*.

Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham). (2023). *Laporan Tahunan Penegakan Hukum Merek di Indonesia*.

Komisi Perlindungan Konsumen Indonesia (KPKI). (2023). "Statistik Pengaduan Konsumen".

Komisi Perlindungan Konsumen Indonesia (KPKI). (2023). "Statistik Pengaduan Konsumen".

Lembaga Perlindungan Konsumen (LPK). (2022). "Survei Kepuasan Konsumen Terhadap Produk di Pasar".

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). (2021). *Survei Kesadaran Konsumen terhadap Hak-hak Perlindungan Konsumen di Indonesia.*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Diyan Prasetyo
Tempat, Tanggal Lahir : Pematang Sari, 20 Juni 1999
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Desa Pematang Sari Kec. Mesuji Makmur, Kab. Ogan
Komerling Ilir, Prov. Sumatera Selatan
No. Hp : 085208007343
Email : diyanprasetyo707299@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2006-2012 : SD Negeri 1 Pematang Sari
Tahun 2012-2015 : SMP Negeri 4 Mesuji Makmur
Tahun 2015-2018 : SMA Negeri 3 Unggulan Kayu Agung
Tahun 2018-2024 : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang