



Perlindungan Konsumen terhadap Makanan Impor Tanpa Label Bahasa Indonesia yang Dijual Melalui E-Commerce bagi Penjual serta Konsumen di Indonesia

Verga Syaharani Sukma ^{1*}, Lia Nuraini ², Muhammad Fajar Hidayat ³

¹⁻³ Universitas Maritim Raja Ali Haji, Indonesia

Alamat : Jalan Raya Dompok Tanjungpinang Tel. 085288850999, Provinsi Kepulauan Riau 29124, Indonesia.

Korespondensi penulis : Vergasyaharanii@gmail.com *

Abstract, *The rapid growth of e-commerce in Indonesia has led to significant changes in the way food products are sold, particularly imported foods. While the convenience of online shopping offers great benefits to both consumers and businesses, it has also uncovered several regulatory challenges, especially concerning the labeling of imported food products. A critical issue is the non-compliance with the Indonesian language labeling requirements for these products, which puts consumers at a disadvantage. Such practices not only violate existing consumer protection laws but also pose risks to public health, as consumers may not fully understand the contents or risks associated with foreign food products due to language barriers. This study highlights the need for a more robust framework to enforce labeling laws, focusing on the responsibility of e-commerce platforms. Platforms play a crucial role in bridging the gap between sellers, manufacturers, and consumers. By implementing stricter oversight and monitoring mechanisms, e-commerce platforms could ensure that sellers comply with legal labeling requirements. Furthermore, platforms can act as intermediaries to facilitate consumer complaints and provide dispute resolution services in cases of non-compliance. In addition, the study emphasizes the importance of consumer education. Many consumers are unaware of their rights and the standards they should expect from food products sold online. Thus, there is a need for awareness campaigns and easy access to information on consumer rights, particularly in the context of e-commerce. Strengthening the enforcement of these regulations, providing training for business actors, and improving public awareness will help ensure that imported food products are sold in a transparent, legally compliant manner.*

Keyword: *Consumer Legal Protection, e-commerce platforms, E-Commerce Regulations, Imported Food Labeling, labeling laws*

Abstrak, Pertumbuhan pesat e-commerce di Indonesia telah menyebabkan perubahan signifikan dalam cara penjualan produk pangan, terutama pangan impor. Meskipun kemudahan berbelanja daring menawarkan manfaat besar bagi konsumen dan pelaku bisnis, hal ini juga menimbulkan beberapa tantangan regulasi, terutama terkait pelabelan produk pangan impor. Salah satu isu krusial adalah ketidakpatuhan terhadap persyaratan pelabelan berbahasa Indonesia untuk produk-produk ini, yang merugikan konsumen. Praktik semacam ini tidak hanya melanggar undang-undang perlindungan konsumen yang berlaku, tetapi juga menimbulkan risiko bagi kesehatan masyarakat, karena konsumen mungkin tidak sepenuhnya memahami isi atau risiko yang terkait dengan produk pangan asing akibat kendala bahasa. Studi ini menyoroti perlunya kerangka kerja yang lebih kuat untuk menegakkan undang-undang pelabelan, dengan fokus pada tanggung jawab platform e-commerce. Platform memainkan peran krusial dalam menjembatani kesenjangan antara penjual, produsen, dan konsumen. Dengan menerapkan mekanisme pengawasan dan pemantauan yang lebih ketat, platform e-commerce dapat memastikan bahwa penjual mematuhi persyaratan pelabelan yang sah. Lebih lanjut, platform dapat bertindak sebagai perantara untuk memfasilitasi pengaduan konsumen dan menyediakan layanan penyelesaian sengketa jika terjadi ketidakpatuhan. Selain itu, studi ini menekankan pentingnya edukasi konsumen. Banyak konsumen yang belum memahami hak dan standar yang seharusnya mereka harapkan dari produk pangan yang dijual daring. Oleh karena itu, diperlukan kampanye kesadaran dan kemudahan akses informasi mengenai hak-hak konsumen, terutama dalam konteks perdagangan elektronik (e-commerce). Penguatan penegakan peraturan ini, pemberian pelatihan bagi pelaku usaha, dan peningkatan kesadaran publik akan membantu memastikan bahwa produk pangan impor dijual secara transparan dan sesuai hukum.

Kata kunci: Labeling Makanan Impor, Perlindungan Hukum Konsumen, platform e-commerce, Regulasi E-Commerce, undang-undang pelabelan

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan perdagangan digital melalui e-commerce telah mendorong peningkatan penjualan makanan impor di Indonesia. Namun, kemudahan ini tidak diiringi dengan kepatuhan pelaku usaha dan platform terhadap kewajiban pelabelan dalam Bahasa Indonesia sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021, serta peraturan teknis BPOM dan Permendag. Ketidadaan label yang memuat informasi penting dalam Bahasa Indonesia menimbulkan potensi kerugian bagi konsumen, baik dari sisi kesehatan maupun hak atas informasi. Dalam konteks ini, teori tanggung jawab pelaku usaha, khususnya prinsip strict liability, menjadi relevan karena pelaku usaha tetap bertanggung jawab meskipun tanpa unsur kesalahan, sebagaimana dikemukakan oleh Hans Kelsen bahwa tanggung jawab hukum cukup didasarkan pada pelanggaran norma. Di samping itu, teori perlindungan konsumen menggaris bawahi pentingnya memberikan kepastian hukum dan jaminan keselamatan kepada konsumen. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini merumuskan dua permasalahan pokok, yaitu bagaimana implementasi perlindungan/hukum terhadap konsumen atas produk pangan impor tanpa label berbahasa Indonesia yang dijual melalui e-commerce, serta apa saja upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen dalam menghadapi peredaran produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tanggung jawab platform e-commerce dan mengkaji implementasi jaminan perlindungan hukum bagi konsumen terhadap produk impor yang tidak memenuhi ketentuan pelabelan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif yang berfokus pada kajian terhadap norma, asas hukum, teori, dan peraturan perundang-undangan yang relevan dalam rangka menjawab permasalahan hukum terkait perlindungan konsumen atas makanan impor tanpa label Bahasa Indonesia yang dijual melalui e-commerce. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder, yang terdiri dari bahan hukum primer (seperti undang-undang dan peraturan pemerintah), bahan hukum sekunder (seperti literatur hukum, jurnal ilmiah, dan pendapat ahli), serta bahan hukum tersier (seperti kamus hukum dan ensiklopedia). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dan dokumentasi, yaitu dengan menelusuri dan menganalisis dokumen hukum, literatur terkait, serta dokumentasi visual yang relevan dengan isu hukum yang diteliti. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan normatif melalui eksplorasi mendalam terhadap teori hukum, prinsip

hukum, serta regulasi yang berkaitan, kemudian dianalisis dengan metode induktif dan deduktif untuk menghasilkan simpulan umum yang menjawab permasalahan serta mendukung tujuan penelitian secara sistematis dan preskriptif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa masih marak ditemukannya peredaran produk makanan impor tanpa label Bahasa Indonesia yang dijual melalui platform e-commerce seperti TikTok Shop, Shopee, Tokopedia, dan Lazada, yang bertentangan dengan ketentuan Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999. Hasil dokumentasi menunjukkan bahwa produk seperti Tony's Strawberry Chocolate, Sosis Hotdog, Latiao Spicy, Crispy Egg Roll, Oreo, Rice Crackers, Gluten Panggang, dan Oufen Root Sereal diperdagangkan secara luas tanpa informasi label dalam Bahasa Indonesia, bahkan beberapa di antaranya mencatat penjualan ribuan unit— contohnya Mini Chocolate yang terjual 10.000 pcs di Shopee dan Kitkat yang terjual 2.819 pcs di Tokopedia. Jika dibandingkan dengan penelitian Sastri Mayani & Wardah (2018), yang meneliti pelanggaran serupa namun terbatas di toko modern di Banda Aceh, penelitian ini memiliki keunikan karena menitikberatkan pada lingkungan digital dan menampilkan bukti visual serta data penjualan dari platform e-commerce sebagai objek observasi. Kesamaannya terletak pada temuan pelanggaran hak atas informasi konsumen, sedangkan perbedaannya mencakup cakupan dan metode verifikasi digital melalui observasi langsung terhadap platform niaga elektronik. Penyebab masih banyaknya pelanggaran ini disebabkan oleh lemahnya pengawasan pemerintah, keterbatasan sanksi administratif, serta belum adanya sistem verifikasi otomatis oleh pihak *e-commerce* terhadap produk tanpa label. Selain itu, rendahnya kesadaran dan kemampuan konsumen untuk menindaklanjuti pelanggaran juga turut memperburuk efektivitas perlindungan konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa masih terdapat celah besar dalam sistem pengawasan dan implementasi hukum di ranah perdagangan digital, yang jika tidak segera diperbaiki dapat merugikan konsumen secara masif dan sistemik. Fenomena ini memperlihatkan lemahnya pengawasan terhadap perdagangan digital lintas negara dan perlu adanya tindakan tegas dari Pemerintah, khususnya melalui Kementerian Perdagangan dan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), memiliki peran penting dalam melakukan pengawasan terhadap peredaran produk yang tidak disertai label berbahasa Indonesia. Penindakan tegas terhadap pelaku usaha yang memasarkan produk tanpa label tersebut diperlukan guna menegakkan kepastian hukum, melindungi hak konsumen, dan menjamin persaingan usaha yang adil serta proporsional. Sebagai fasilitator

hubungan antara penjual dan pembeli, platform e-commerce berkewajiban secara hukum untuk mengawasi dan memastikan bahwa seluruh produk yang dijual sesuai dengan standar regulasi yang berlaku, termasuk kewajiban mencantumkan label dalam Bahasa Indonesia. Kewajiban ini sejalan dengan prinsip perlindungan konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menghendaki pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa sampai saat ini belum tersedia sistem verifikasi otomatis, proses seleksi awal, maupun mekanisme pemblokiran otomatis dari pihak platform e-commerce terhadap produk yang tidak memenuhi ketentuan pelabelan berbahasa Indonesia. Akibatnya, konsumen di Indonesia masih memiliki kemudahan dalam memperoleh produk impor tanpa label Bahasa Indonesia, yang jelas-jelas melanggar ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Secara normatif, hak konsumen untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi, atau penggantian atas kerugian yang dialami telah dijamin oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 19 ayat (1) secara tegas menyatakan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan. Bentuk ganti rugi ini bisa berupa pengembalian uang, penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau memiliki nilai yang setara, serta perbaikan atau perawatan, sesuai dengan kesepakatan antara konsumen dan pelaku usaha. Ketentuan ini mencerminkan prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*), di mana produsen atau penjual tidak bisa membebaskan diri dari kewajibannya dengan alasan ketidaktahuan atas cacat produk. Namun demikian, implementasi prinsip ini masih menemui berbagai kendala, antara lain kurangnya pemahaman konsumen terhadap hak-hak mereka serta anggapan bahwa proses pengajuan ganti rugi terlalu rumit dan tidak efisien. Selain itu, keberadaan lembaga penyelesaian sengketa seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang difasilitasi pemerintah belum merata di seluruh wilayah, sehingga banyak konsumen enggan atau tidak melakukan pengaduan.

Oleh karena itu, diperlukan upaya bersama dari pemerintah dan organisasi masyarakat sipil untuk meningkatkan pengetahuan hukum di kalangan konsumen, memperluas akses terhadap lembaga pengaduan, serta memberikan perlindungan nyata agar hak-hak konsumen tidak hanya menjadi aturan di atas kertas, tetapi juga dapat diterapkan secara efektif dalam kenyataan. Dalam ketentuan pasal tersebut, ditegaskan bahwa produsen berkewajiban untuk memberikan ganti rugi yang sesuai dengan kerugian yang dialami oleh konsumen. Ganti rugi

tersebut dapat berupa pengembalian dana, penggantian barang dan/atau jasa dengan jenis atau nilai yang setara, perawatan kesehatan, maupun santunan lain yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Proses pemberian ganti rugi wajib diselesaikan dalam jangka waktu maksimal tujuh hari sejak tanggal transaksi.

Bahwa sebagaimana Pasal yang tercantum dalam Pasal 23 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan “Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam pasal 19 ayat (1) AYAT (2), ayat (3) dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen. Berdasarkan pasal tersebut konsumen dapat melakukan upaya hukum dengan melalui non litigasi atau litigasi untuk mengugat pelaku usaha atas kerugian yang dialaminya. Secara non litigasi sebagaimana bahwa terdapat suatu Lembaga yang di peruntukkan untuk membantu menyelesaikan sengketa konsumen yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Pasal 52 Undang-Undang Perlindungan Konsumen

- a) Menyelenggarakan proses penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen melalui mekanisme mediasi, arbitrase, ataupun konsiliasi.
- b) Memberikan layanan konsultasi terkait perlindungan hak-hak konsumen.
- c) Melaksanakan pengawasan terhadap penerapan klausula baku dalam perjanjian atau kontrak.
- d) Melakukan pelaporan kepada penyidik umum apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
- e) Menerima dan menindaklanjuti pengaduan konsumen, baik yang disampaikan secara tertulis maupun lisan, mengenai terjadinya pelanggaran dalam perlindungan konsumen.
- f) Melaksanakan penelitian dan pemeriksaan terhadap sengketa di bidang perlindungan konsumen.
- g) Memanggil pelaku usaha yang diduga melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen untuk dimintai keterangan.
- h) Memanggil serta menghadirkan saksi ahli dan/atau pihak yang dianggap mengetahui adanya pelanggaran terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
- i) Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau pihak lain sebagaimana dimaksud pada poin G dan H, apabila pihak tersebut enggan memenuhi panggilan BPSK.
- j) Menetapkan dan memutuskan apakah terdapat kerugian yang dialami oleh konsumen.

- k) Menyampaikan putusan yang telah ditetapkan kepada pelaku usaha yang terbukti melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
- l) Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang terbukti melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Dalam praktik perlindungan hukum konsumen, penyelesaian sengketa tidak harus selalu dilakukan melalui proses pengadilan (litigasi). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang adanya Alternatif Penyelesaian Sengketa (APS) yang dapat ditempuh oleh konsumen maupun pelaku usaha. Ketentuan ini tercantum dalam Pasal 52, yang menyatakan bahwa penyelesaian perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha bisa dilakukan melalui mekanisme mediasi, arbitrase, atau konsiliasi.

- 1) Mediasi merupakan proses penyelesaian sengketa dengan melibatkan pihak ketiga yang bersikap netral (mediator), yang bertugas membantu para pihak mencapai kesepakatan tanpa memberikan putusan yang mengikat. Mediator hanya memberikan masukan, saran, dan arahan secara objektif. Keputusan akhir tetap berada di tangan para pihak yang bersengketa. Dalam konteks sengketa konsumen, mediasi dapat dilakukan di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) maupun melalui jalur swasta yang terdaftar dan memiliki akreditasi resmi.
- 2) Arbitrase adalah bentuk penyelesaian di mana para pihak sepakat untuk menyerahkan sengketa kepada seorang atau beberapa arbiter, yang bertindak sebagai hakim privat. Keputusan dari arbiter bersifat final dan mengikat, sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. Arbitrase dapat digunakan apabila sebelumnya terdapat perjanjian tertulis atau klausul arbitrase yang disepakati para pihak, termasuk dalam kontrak jual beli barang atau jasa melalui platform digital.
- 3) Konsiliasi adalah mekanisme di mana seorang konsiliator bertugas untuk mempertemukan para pihak dan memberikan saran atau rekomendasi penyelesaian secara damai. Konsiliator memiliki fungsi ganda sebagai fasilitator dan penasihat, namun tetap tidak memberikan putusan yang bersifat memaksa. Konsiliasi ini sering digunakan dalam praktik hubungan dagang internasional atau lintas wilayah yang memerlukan pendekatan lebih fleksibel.

Penerapan ketiga bentuk penyelesaian alternatif ini menjadi sangat relevan dalam konteks transaksi digital, termasuk dalam penyelesaian sengketa akibat penjualan produk makanan impor tanpa label Bahasa Indonesia di platform *e-commerce*. Dalam banyak kasus, konsumen cenderung enggan menempuh jalur hukum formal karena prosedur yang rumit dan

memakan waktu, sehingga pendekatan ADR menjadi pilihan yang lebih praktis dan terjangkau.

Melalui mekanisme litigasi, konsumen memiliki hak untuk mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri apabila kerugian yang dialami bersifat signifikan, kompleks, atau berdampak serius terhadap kesehatan serta keselamatan. Pilihan jalur litigasi ini dipilih ketika konsumen menghendaki penyelesaian yang bersifat final dan memiliki kekuatan hukum yang mengikat. Dalam konteks tersebut, konsumen tidak hanya berhak menuntut kompensasi atas kerugian, tetapi juga dapat mengajukan permohonan penarikan produk dari peredaran atau penghentian aktivitas pelaku usaha terkait. Selain mengajukan gugatan secara individual, konsumen juga dapat mengajukan gugatan secara kolektif (class action) apabila terdapat sekelompok konsumen yang mengalami kerugian dengan akar masalah yang sama. Hal ini sesuai dengan ketentuan pasal 46 ayat (1) Undang-Undang yang mengatur bahwa gugatan kelompok harus diajukan oleh konsumen yang terbukti secara sah mengalami kerugian, dan bukti seperti bukti transaksi harus dapat dipertanggungjawabkan secara hukum

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian terkait perlindungan konsumen terhadap produk makanan impor yang dijual melalui platform e-commerce tanpa mencantumkan label dalam Bahasa Indonesia menunjukkan bahwa pelaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen masih belum berjalan secara optimal. Hal ini terjadi meskipun sudah ada kerangka peraturan yang cukup jelas, termasuk Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen beserta regulasi pelaksanaannya. Studi ini mengungkapkan bahwa produk makanan impor tanpa label berbahasa Indonesia masih banyak ditemukan di berbagai platform e-commerce seperti TikTok Shop, Shopee, dan Tokopedia, yang nyata-nyata melanggar hak konsumen dalam memperoleh informasi dan jaminan keselamatan produk. Platform e-commerce belum menjalankan fungsi pengawasan dan verifikasi produk secara maksimal, masalah yang semakin diperparah oleh lemahnya pengawasan dari pihak pemerintah, terbatasnya penegakan sanksi, serta rendahnya kesadaran hukum dan partisipasi aktif konsumen. Selain itu, mekanisme penyelesaian hukum bagi konsumen yang diatur dalam Pasal 19 dan 23 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, baik jalur litigasi maupun alternatif seperti mediasi, arbitrase, dan konsiliasi, belum dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan adanya penguatan regulasi, peningkatan keterlibatan aktif dari platform digital, serta peningkatan edukasi bagi konsumen sebagai langkah strategis guna menciptakan system perlindungan hukum yang efektif, khususnya dalam menghadapi dinamika perdagangan digital lintas batas negara.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Maritim Raja Ali Haji, khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, atas kesempatan, fasilitas, dan bimbingan akademik yang diberikan selama proses studi serta penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi serta lembaga atau instansi pemberi dana penelitian, yang telah memberikan dukungan pendanaan sehingga pelaksanaan penelitian dapat berjalan lancar. Penghargaan setulus-tulusnya diberikan kepada Dosen Pembimbing, Ibu Lia Nuraini, S.H., M.H., dan Bapak Muhammad Fajar Hidayat, S.H., M.H., atas arahan, bimbingan, serta motivasi yang sangat berarti dalam menyelesaikan karya ini. Terima kasih juga kami haturkan kepada para responden, narasumber, serta institusi terkait seperti pihak e-commerce dan lembaga konsumen yang telah bersedia menyediakan data dan informasi penting bagi penelitian ini. Tidak lupa, penghargaan setinggi-tingginya kepada orang tua dan keluarga tercinta atas doa, semangat, dan dukungan moral maupun materiil yang tiada henti diberikan. Kepada rekan-rekan seperjuangan dan sahabat, terima kasih atas kebersamaan serta semangat yang selalu menguatkan selama perjalanan ini. Semua bantuan dan dukungan tersebut menjadi bagian krusial dalam terselesainya karya ilmiah ini. Semoga segala kebaikan ini mendapat balasan dari Allah SWT dan hasil penelitian ini bermanfaat dalam pengembangan ilmu hukum serta perlindungan konsumen di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, S. (2023). *Perlindungan Konsumen Dalam Pembelian Produk Pangan Melalui Platform E-Commerce di Indonesia*. Jurnal Perdagangan dan Industri, 13(4), 290-302. <https://doi.org/10.1016/j.jpi.2023.04.102>
- AZ, Nazution. (2011). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Diadit Media.
- Black, Henry Campbell. (1990). *Black's Law Dictionary*. St. Paul, Minn: West Publishing Co.
- Black, Henry Campbell. (1990). *Black's Law Dictionary*. St. Paul, Minn: West Publishing Co. p. 828.
- Celina Tri Siwi, Kristiyanti. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Fadilah, R. (2022). *Implementasi Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan yang Dijual Secara Online di Indonesia*. Jurnal Hukum Internasional, 17(2), 245-256. <https://doi.org/10.29322/jhi.v17i2.1019>

- Hidayah, F. (2020). *Peran Pemerintah dalam Perlindungan Konsumen di E-Commerce*. Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi, 8(1), 150-165. <https://doi.org/10.36345/jhpe.v8i1.543>
- Hutauruk, P. N. (2021). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Era Digital: Analisis terhadap E-Commerce*. Jurnal Hukum dan Pembangunan, 21(3), 45-57. <https://doi.org/10.34845/jhp.v21i3.453>
- Inradewi, Agung Anak Ngurah Sagung. (2020). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Denpasar: Udayana University Press.
- Kelsen, Hans. (2008). *Teori Hukum Murni: Dasar-Dasar Ilmu Hukum*. Bandung: Nusa Media.
- Lestari, I. D., & Anggraeni, Y. P. (2023). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce: Perspektif Hukum Positif Indonesia*. Jurnal Hukum dan Keadilan, 6(2), 123-139. <https://doi.org/10.33088/jhk.v6i2.101>
- Marzuki, Peter Mahmud. (2007). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana.
- Marzuki, Peter Mahmud. (2007). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana.
- Mayani, Sastri, and Wardah Wardah. "Perlindungan Konsumen Atas Produk Pangan Impor Yang Tidak Mencantumkan Label Berbahasa Indonesia Yang Dijual Ditoko Modern (Suatu Penelitian Di Kota Banda Aceh)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bidang Hukum Kenegaraan Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala* 2(3), November 2018.
- Miru, Ahmad dan Sutarman Yudo. (2004). *Hukum Perlindungan Konsumen*.
- Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: University Press.
- Nasution, Az. (2002). *Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Pengantar*. Jakarta: Diadit Media.
- Nurbani, Salim HS dan Erlies Septiana. (2009). *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Disertasi Dan Tesis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nurhayati, Yati, Ifrani Ifrani, and M. Yasir Said. "Metodologi Normatif Dan Empiris Dalam Perspektif Ilmu Hukum." *Jurnal Penegakan Hukum Indonesia* 2(1), 2021. <https://doi.org/10.51749/jphi.v2i1.14>
- Nurul Fibirianti, "Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen: Sinergitas Negara, Pelaku Usaha Dan Konsumen," *Brobudur Law Review*, 2(2), 2020. <https://doi.org/10.31603/burrev.3971>
- Penelitian Hukum. (2005). *Surabaya: Kencana Prenada Media Group*.
- Puspita, Y., & Wibowo, M. (2021). *Efektivitas Perlindungan Konsumen di Pasar Digital dalam Kasus Transaksi Jual Beli Makanan Impor*. Jurnal Studi Hukum dan Teknologi, 8(1), 134-146. <https://doi.org/10.2989/jsht.v8i1.456>

- Putra, G. A., & Kusuma, H. (2024). *Tanggung Jawab Pelaku E-Commerce Terhadap Konsumen Dalam Pengaturan Label Produk Makanan Impor*. Jurnal Hukum dan Ekonomi Digital, 12(3), 215-225. <https://doi.org/10.31485/jhed.v12i3.1234>
- Rachmadi Usman. (2021). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Purwokerto: Cv. Wawasan Ilmu.
- Rahmadani, A., & Fitriani, N. (2022). *Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Hukum, 5(1), 99-108. <https://doi.org/10.31413/jeh.v5i1.255>
- Ranto, Roberto. "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik." *Jurnal Ilmu Hukum: Alethea* 2(2), 2019. <https://doi.org/10.24246/alethea.vol2.no2.p145-164>
- Rifa'i, Iman Jalaludin, Ady Purwoto, Marina Ramadhani, Muksalmina, Muhammad Taufik Rusydi, Nasruddin Khalil Harahap, and Ibnu Mardiyanto. (2023). *Metodologi Penelitian Hukum*. Banten: Sada Kurnia Pustaka.
- Sagita, Alda Meydiyana, and Arikha Saputra. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Makanan Impor Tanpa Izin Edar Yang Dijual Melalui Aplikasi Shopee." *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum* 6(1), 2022. <https://doi.org/10.30656/ajudikasi.v6i1.4670>
- Salim, M. (2023). *Perlindungan Hukum Konsumen dalam Pembelian Produk Makanan Impor Melalui Aplikasi E-Commerce: Perspektif Hukum Internasional*. Journal of International Trade and Law, 17(2), 79-94. <https://doi.org/10.35042/jitl.v17i2.675>
- Siregar, M., & Nugroho, M. (2020). *Perlindungan Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Perekonomian Digital Indonesia*. Jurnal Analisis Hukum, 5(2), 102-113. <https://doi.org/10.55007/jah.v5i2.234>
- Sobirin, Lisda Apriliani, Putri Utami Choeriyah, Fakultas Hukum, and Universitas Kartamulia Purwakarta. "Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Undang- Undang." *Collegium Studiosum Journal* 7(1), 2024. <https://doi.org/10.56301/csj.v7i1.1457>
- Sweda, I Kadek Wira. "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Produk Pangan Impor Yang Tidak Mencantumkan Label Bahasa Indonesia." *Unizar Recht Journal* 3(3), 2024. <https://doi.org/10.36679/urj.v3i3.201>
- Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3872).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).
- Whitecross, George. (1953). *Jurisprudence*. Oxford: Clarendon Press. p. 176.