Aturan Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Label Yang Mencakup Informasi Suatu Produk

Jihan Sulistia Nabila¹, Rani Apriani²

¹Fakultas Hukum Universitas Singaperbangsa Karawang jihansnabila11@gmail.com

²Fakultas Hukum Universitas Singaperbangsa Karawang.

ABSTRACT

The development of the times accompanied by technological advances makes it easy for consumers to fulfill their needs. Currently, consumers can easily and quickly obtain their needs in various marketplaces offered by business actors. Free trade in Indonesia causes many products from abroad to circulate in the community, many of which do not include information using Indonesian, so that the information obtained by consumers is not conveyed clearly, precisely, and completely. Whereas in meeting the needs of the community, they prefer to buy goods and services that are traded freely because the prices are relatively cheaper without thinking about the effects of goods and or services that are traded freely without permission from the Ministry of Health. The number of products on the market that have information that is not clear and complete, especially products from abroad which usually only include information using foreign languages only results in harm to consumers both materially and immaterially, because the information in a product is very important for consumers. as a consideration to see whether the product is in accordance with what is desired or needed and also whether the product is safe for use or consumption. Therefore, as a student, the writer is obliged to inform about the rights and obligations of consumers and business actors in carrying out trading activities, including in including information using Indonesian. Using the normative juridical method where we examine the laws and regulations related to this article. Thus, the use of Indonesian in information on a product is very important for consumers and must be carried out by business actors.

Keywords	<i>Business actors; Consumers; Use of Indonesian Language; Product Information</i>
Cite This Paper	Nabila, J. S., & Apriani, R. (2022). Aturan Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Label Yang Mencakup Informasi Suatu Produk. <i>Legal Spirit</i> , 6(2).

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, ekonomi di Indonesia secara terus-menerus mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia ini menandakan bahwa kebutuhan masyarakatnya semakin bertambah. Dengan adanya berbagai macam jenis kebutuhan, maka setiap masyarakat akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik berupa barang maupun jasa.

Perkembangan zaman yang diiringi oleh kemajuan teknologi memberikan kemudahan bagi konsumen dalam pemenuhan kebutuhan. Saat ini konsumen dapat dengan mudah dan cepat memperoleh kebutuhannya di berbagai *marketplace* yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Dari berbagai kebutuhan yang ditawarkan oleh pelaku usaha terciptalah hubungan timbal balik antara pelaku usaha dengan konsumen yang saling membutuhkan.

Dalam kegiatan perdagangan pelaku usaha dapat menghasilkan barang maupun jasa dengan daya saing tinggi baik didalam maupun diluar negeri, yang mana hal ini tidak menutup kemungkinan adanya perdagangan bebas. Perdagangan bebas di indoneisa menyebabkan banyaknya produk dari luar negeri beredar di masyarakat, yang mana produk

ini banyak yang tidak mencantumkan informasi dengan menggunakan Bahasa Indonesia, sehingga informasi yang didapat oleh konsumen tidak tersampaikan secara jelas, tepat, dan lengkap. Padahal dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat lebih memilih untuk membeli barang dan jasa yang diperdagangkan secara bebas karena tergiur dengan harga yang relative lebih murah tanpa memikirkan efek dari barang dan atau jasa yang diperdagangkan secara bebas tanpa ijin dari Kementerian Kesehatan.

Informasi dalam suatu produk adalah suatu hal yang paling penting bagi masyarakat sebagai konsumen agar konsumen dapat terhindar dari kesalahan dalam menilai suatu gambaran terhadap produk barang yang diperdagangkan.¹ Apabila pelaku usaha memberikan informasi yang tidak jelas maka itu merupakan salah satu jenis cacat produk dalam artian cacat informasinya yang mana hal ini dapat merugikan konsumen.

Banyaknya produk dipasaran yang memiliki informasi yang kurang jelas dan lengkap terutama produk-produk dari luar negeri yang biasanya hanya mencantumkan informasi dengan menggunakan bahasa asing saja menjadikan hal ini sebagai salah satu faktor yang menjukan bahwa kedudukan konsumen di masyarakat lebih lemah jika dibandingkan dengan pelaku usaha karena hal ini dapat mengakibatkan kerugian bagi konsumen baik secara materil maupun immaterill. Padahal informasi dalam suatu produk merupakan hal yang sangat penting bagi konsumen sebagai bahan pertimbangan untuk melihat apakah produk tersebut sudah sesuai dengan yang diinginkan dan juga amankah produk tersebut untuk digunakan atau dikonsumsi sebelum nantinya konsumen memastikan untuk membeli produk tersebut.

Adanya Undang-undang nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen atau disebut dengan UUPK (Undang-undang Perlindungan Konsumen) menjadi salah satu upaya pemerintah dalam melindungi hak pelaku usaha dan juga konsumen, karena pelaku usaha dan konsumen memiliki hak dan kewajiban untuk mendapatkan suatu perlindungan hukum agar produk dan jasa tetap berkualitas. Undang-undang Perlindungan Konsumen diharapkan dapat meminimalisir sengketa yang kerap terjadi antara pelaku usaha dengan konsumen sehingga hak konsumen dapat terpenuhi.

Dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen juga dijelaskan bahwa pelaku usaha harus lebih teliti dalam memperdagangkan produknya dan juga produk yang diperdagangkan harus sesuai dengan standart yang ditetapkan oleh pemerintah.

Pengaturan yang berkaitan dengan informasi pada produk dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen ada pada Pasal 4 yaitu tentang hak konsumen atas suatu kepastian mengenai informasi yang jelas terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan. Kewajiban pencantuman label dalam bahasa Indonesia juga merupakan hak yang dimiliki konsumen². Hak untuk mendapatkan informasi yang benar di maksudkan agar konsumen mengetahui informasi yang jelas mengenai produk barang maupun jasa yang diperdagangkan sehingga konsumen dapat memilih produk barang maupun jasa tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.³ Dalam Pasal 8 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga diatur mengenai perbuatan yang dilarang bagi oleh pelaku usaha. Lebih khusus lagi aturan penggunaan Bahasa Indonesia pada label yang mencakup informasi suatu produk ini diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang di Indonesia.

Berbagai hal yang telah dipaparkan sebelumnya yang melatarbelakangi penulisan artikel ini, maka identifikasi permasalahan dalam artikel ini yaitu penulisan ini mengidentifikasi permasalahan, yaitu apa saja hak dan kewajiban yang dimiliki oleh konsumen, dan bagaimana pemberlakuan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 73/M-

¹ Ahmadi miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2013. hlm. 112

² Hak-hak konsumen menurut Pasal 4 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

³ Rudyanti Dorotea Tobing, *Hukum Konsumen dan Masyarakat*, Laskbang Mediatama: Palangkaraya, 2014, hlm. 32.

DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang di Indonesia.

Sejalan dengan pokok permasalahan tersebut, maka tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui hak dan kewajiban yang dimiliki konsumen, dan untuk mengetahui dan mengkaji tentang pemberlakuan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang di Indonesia.

METODE

Penelitian yang berjudul “Aturan Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Label Yang Mencakup Informasi Suatu Produk” ini penulis susun dalam bentuk normatif dengan menggunakan pendekatan peraturan perundang-undangan dan pendekatan konsep sehingga penelitian ini mengarah pada suatu kegiatan yang nyata untuk mengungkap hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas khususnya yang menyangkut aturan penggunaan Bahasa Indonesia pada label yang mencakup informasi suatu produk.

Dalam proses penyusunan penelitian ini data yang diperoleh merupakan data sekunder yang mana dalam penelitian ini hanya meliputi dua sumber materi hukum saja yakni pertama sumber materi hukum utama (primer) yang diperoleh secara langsung dan memiliki kekuatan hukum mengikat secara yuridis yang mana dalam penelitian ini meliputi Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945; Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen; Undang Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan; Peraturan Menteri Perdagangan Nomor. 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang. Kedua, materi hukum inferior (sekunder) yang di dalamnya meliputi beberapa literatur, karya ilmiah, hasil penelitian, dokumen atau arsip dinas, buku perpustakaan, artikel, hingga dokumen atau akta yang berhubungan dengan materi yang akan dibahas.⁴

Metode pengumpulan sumber bahan hukum dalam penelitian ini adalah studi dokumen. Studi dokumen dikenal pula dengan penelitian kepustakaan⁵ karena dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sekunder yang dapat dijelaskan sebagai metode penelitian yang dilakukan dengan melakukan pengumpulan beberapa dokumen-dokumen terkait dengan masalah yang akan penulis teliti baik dari bahan hukum primer dan sekunder.

Bahan-bahan hukum yang relevan dengan masalah dalam penelitian ini, selanjutnya diolah, dianalisis, diidentifikasi, serta diklasifikasi secara sistematis dengan menggunakan metode interpretasi dan argumentasi hukum sehingga didapatkan hasil analisis hukum yang akan dijelaskan secara deskriptif mengenai persoalan-persoalan yang ada pada penelitian melalui teknik analisis data kualitatif⁶, agar hasil yang diharapkan dapat menjelaskan perlindungan hukum terkait dengan aturan penggunaan Bahasa Indonesia pada label yang mencakup informasi suatu produk., sehingga diperoleh gambaran yang menyeluruh tentang permasalahan-permasalahan yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hak dan Kewajiban Konsumen

Mengacu pada Pasal 1 angka 2 Undang-undang Perlindungan Konsumen mengenai pengertian konsumen yaitu “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

⁴ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2011, hlm.13.

⁵ Winarno Surachman, *Pengantar Penelitian Ilmiah; Dasar, Metode, dan Teknik*, Tarsito: Bandung 1999, hlm. 139.

⁶ Abdurrahman Al Hakim, dkk, *Kajian Hukum Perbandingan Kemudahan Investasi Asing di Singapura dan di Kota Batam, Indonesia Beserta Legal Standing OSS Dalam Penerapannya*, Jurnal Wajah Hukum, Vol. 5(2), 2021, hlm. 433

Berdasarkan pengertian konsumen menurut Pasal 1 angka 2 Undang-undang Perlindungan Konsumen dapat disimpulkan bahwa untuk dikatakan sebagai konsumen maka orang tersebut adalah:

1. Pemakai barang dan/atau jasa, baik memperolehnya melalui pembelian maupun secara cuma-cuma
2. Pemakaian barang dan/atau jasa untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain.
3. Tidak untuk diperdagangkan.

Pengertian “pelaku usaha” berdasarkan ketentuan Pasal 1 butir 3 U-undang Perlindungan Konsumen, adalah “setiap perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama, melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Pengertian pelaku usaha di atas berarti tidak hanya para produsen pabrikan yang menghasilkan barang dan/jasa yang tunduk pada undang-undang Nomor 8 tahun 1999 saja, melainkan juga para rekanan, termasuk para agen, distributor, serta jaringan-jaringan yang melaksanakan fungsi pendistribusian dan pemasaran barang dan/jasa kepada masyarakat luas selaku pemakai dan/pengguna barang dan/jasa. Dalam penjelasan pasal tersebut disebutkan bahwa termasuk pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.

Hak merupakan kepentingan yang dilindungi oleh hukum. Kepentingan dalam arti ini berarti tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi, sehingga dapat disimpulkan bahwa hak adalah suatu tuntutan yang pemenuhannya dilindungi oleh hukum. Janus Sidabalok dalam bukunya Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia menyebutkan bahwa ada tiga macam hak berdasarkan sumber pemenuhannya, yakni:

1. Hak manusia karena kodratnya, yakni hak yang kita peroleh begitu kita lahir, hak ini tidak boleh diganggu gugat oleh negara, dan bahkan negara wajib menjamin pemenuhannya. Hak ini disebut HAM. Contoh dari hak ini yaitu hak untuk hidup, hak atas pendidikan, hak untuk menganut agama, hak untuk berpendapat dsb.
2. Hak yang lahir dari hukum, yaitu hak yang diberikan oleh negara kepada warga negaranya. Hak ini juga disebut sebagai hak hukum. Contohnya hak untuk memberi suara dalam pemilu, hak untuk mendapatkan jaminan keamanan dan keselamatan bagi konsumen dan sebagainya.
3. Hak yang lahir dari hubungan kontraktual yaitu hak yang timbul dan dimiliki seseorang ketika ia memasuki suatu persetujuan atau kontrak dengan pihak lain. Maka, hak ini hanya terwujud dan mengikat orang-orang tertentu, yaitu orang-orang yang mengadakan persetujuan satu dengan yang lainnya. Dalam hal ini sangat diharapkan agar pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai barang/jasanya.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Tidak jarang konsumen memperoleh kerugian dalam mengkonsumsi suatu barang/jasa. Ini berarti ada suatu kelemahan di barang/jasa yang diproduksi/disediakan oleh pelaku usaha. Sangat diharapkan agar pelaku usaha berlapang dada dalam menerima setiap pendapat dan keluhan dari konsumen. Di sisi yang lain pelaku usaha juga diuntungkan karena dengan adanya berbagai pendapat dan keluhan, pelaku usaha memperoleh masukan untuk meningkatkan daya saingnya.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Pelaku usaha tentu sangat memahami mengenai barang/jasanya. Sedangkan di sisi yang lain, konsumen sama sekali tidak memahami apa saja proses yang dilakukan oleh pelaku

usaha guna menyediakan barang/jasa yang dikonsumsi. Sehingga posisi konsumen lebih lemah dibanding pelaku usaha. Oleh karena itu diperlukan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa yang patut bagi konsumen. Patut berarti tidak memihak kepada salah satu pihak dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen. Pada umumnya posisi konsumen lebih lemah dibanding posisi pelaku usaha. Untuk itu pelaku usaha harus memberikan pembinaan dan pendidikan yang baik dan benar kepada konsumen. Pembinaan dan Pendidikan tersebut mengenai bagaimana cara mengkonsumsi yang bermanfaat bagi konsumen, bukannya berupaya untuk mengeksploitasi konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Sudah merupakan hak asasi manusia untuk diperlakukan sama. Pelaku usaha harus memberikan pelayanan yang sama kepada semua konsumennya, tanpa memandang perbedaan ideologi, agama, suku, kekayaan, maupun status sosial. Fasilitasnya ditambah.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Inilah inti dari hukum perlindungan konsumen. Bagaimana konsumen yang dirugikan karena mengkonsumsi barang/jasa memperoleh kompensasi, ganti rugi, atau penggantian. Sebenarnya tujuan dari pemberian kompensasi, ganti rugi, atau penggantian adalah untuk mengembalikan keadaan konsumen ke keadaan semula, seolah-olah peristiwa yang merugikan konsumen itu tidak terjadi.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya. Hak konsumen sebenarnya sangat banyak dan bisa terus bertambah. Adanya ketentuan ini membuka peluang bagi pemerintah untuk menjamin pemenuhan hak konsumen yang tidak diatur pada ketentuan diatas.

Kewajiban-kewajiban konsumen yang diatur dalam Pasal 5 Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Tidak bisa dipungkiri bahwa seringkali konsumen tidak memperoleh manfaat yang maksimal, atau bahkan dirugikan dari mengkonsumsi suatu barang/jasa. Namun setelah diselidiki, kerugian tersebut terjadi karena konsumen tidak mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian yang telah disediakan oleh pelaku usaha.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa tidak jarang pula konsumen tidak beritikad baik dalam bertransaksi atau mengkonsumsi barang. Hal ini tentu saja akan merugikan khalayak umum, dan secara tidak langsung si konsumen telah merampas hak-hak orang lain.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati. Ketentuan ini sudah jelas, ada uang, ada barang.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, patut diartikan sebagai tidak berat sebelah dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Sama seperti konsumen, pelaku usaha juga memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Hak dan kewajiban pelaku usaha dapat bersumber pada peraturan perundangan yang bersifat umum dan juga perjanjian/kontrak yang bersifat khusus.

Sebagaimana diatur dalam Pasal 6 Undang-undang Perlindungan Konsumen terdiri dari:

1. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
5. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sedangkan dalam Pasal 7 Undang-undang Perlindungan Konsumen dijelaskan mengenai kewajiban-kewajiban yang terdiri dari:

1. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dari penjelasan di atas mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen, maka dapat dilihat bahwa diantara hak dan kewajiban tersebut bertimbang balik, yang mana ini berarti hak bagi konsumen adalah kewajiban bagi pelaku usaha yang harus dipenuhi begitupun sebaliknya kewajiban konsumen adalah hak yang harus diterima oleh pelaku usaha.

Bila dibandingkan dengan ketentuan umum di Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, dapat dilihat bahwa pengaturan Undang-undang Perlindungan Konsumen ini lebih spesifik atau lebih khusus, karena dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen selain harus melakukan kegiatan usaha dengan itikad baik pelaku usaha juga harus mampu menciptakan iklim usaha yang kondusif, tanpa persaingan yang curang antar pelaku usaha. Kewajiban-kewajiban pelaku usaha juga sangat erat kaitannya dengan larangan dan tanggung jawab pelaku usaha.

Dalam Pasal 8 sampai dengan 17 Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) mengatur tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha baik pelaku usaha pabrikan, distributor, dan periklanan. Larangan-larangan itu dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Pelaku usaha (produsen barang) dilarang memproduksi dan /atau memperdagangkan barang:
 - a) tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan.
 - b) tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan label atau etiket barang tersebut.

- c) tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran sebenarnya.
 - d) tidak sesuai dengan kondisi, jaminan keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang
 - e) tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya mode atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang.
 - f) tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket keterangan iklan atau promosi penjualan barang
 - g) tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut.
 - h) tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan halal yang dicantumkan dalam label.
 - i) tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat.
 - j) tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
 - k) tidak disertai dengan informasi secara lengkap dan benar bahwa barang tersebut rusak, cacat atau bekas, dan tercemar.
 - l) tidak disertai dengan informasi secara lengkap dan benar bahwa sediaan farmasi dan pangan tersebut rusak, cacat atau bekas, dan tercemar.
- 2) Pelaku usaha (produsen barang) dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang seolah-olah:
- a) barang tersebut telah memenuhi dan atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau metode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
 - b) barang tersebut dalam keadaan baik dan atau baru;
 - c) barang tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
 - d) barang tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
 - e) barang tersebut tersedia;
 - f) barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
 - g) barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
 - h) barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
 - i) secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang lain;
 - j) menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
 - k) menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
- 3) Pelaku usaha (produsen barang) dalam menawarkan barang yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar dan menyesatkan mengenai:
- a) harga atau tarif suatu barang;
 - b) kegunaan suatu barang;
 - c) kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi suatu barang;

- d) tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
 - e) bahaya penggunaan barang.
- 4) Pelaku usaha (produsen barang) dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui, menyesatkan konsumen dengan:
- a) menyatakan barang tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;
 - b) menyatakan barang tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
 - c) tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
 - d) tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
 - e) menaikkan harga atau tarif barang sebelum melakukan obral;
- 5) Pelaku usaha (produsen barang) dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.
- 6) Pelaku usaha (produsen barang) dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikan.
- 7) Pelaku usaha (produsen barang) dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang.
- 8) Pelaku usaha (produsen barang) dalam menawarkan barang yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:
- a) tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
 - b) mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;
 - c) memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
 - d) mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.
- 9) Pelaku usaha (produsen barang) dalam menawarkan barang dilarang melakukan dencan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.
- 10) Pelaku usaha (produsen barang) dalam menawarkan barang melalui pesanan dilarang untuk:
- a) tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu menyelesaikan sesuai dengan yang dijanjikan;
 - b) tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.
- 11) Pelaku usaha (produsen iklan) periklanan dilarang memproduksi iklan yang:
- a) mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau jasa tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
 - b) mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
 - c) memuat informai yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan atau jasa; tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
 - d) tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;

- e) mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa izin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
- f) melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang undangan mengenai periklanan.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang di Indonesia

Begitu banyak aktifitas yang dilakukan dalam proses perdagangan yang melibatkan antara konsumen dengan produsen menyebabkan banyaknya aturan yang baru dibuat untuk melindungi berbagai kepentingan antar keduanya, mengenai hak maupun kewajibannya. Di pembahasan sebelumnya sudah dipaparkan bahwa ada hak dan kewajiban yang harus di taati antara keduanya. Salah satunya adalah kewajiban memberikan informasi yang sejelas-jelasnya dalam produk yang dijual oleh pengusaha untuk memudahkan konsumen dalam menerima informasi, hal ini tertera dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia Pada Barang.

Pasal 2

- (1) Pelaku usaha yang memproduksi atau mengimpor barang untuk diperdagangkan di pasar dalam negeri wajib mencantumkan label berbahasa Indonesia.
- (2) Kewajiban mencantumkan label berbahasa Indonesia sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh:
 - a. Produsen untuk barang produksi dalam negeri; dan
 - b. Importir untuk barang impor.
- (3) Daftar jenis barang yang di produksi atau di impor untuk diperdagangkan di pasar dalam negeri sebagaimana yang di cantum pada ayat (1) tercantum dalam lampiran I sampai dengan lampiran V Yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari peraturan menteri ini, terdiri dari:
 - a. Lampiran 1 : Barang elektronika keperluan rumah tangga, telekomunikasi, dan informatika;
 - b. Lampiran 2 : Barang bahan bangunan;
 - c. Lampiran 3 : Barang keperluan kendaraan bermotor (suku cadang dan lainnya);
 - d. Lampiran 4 : Barang tekstil dan produk tekstil; dan
 - e. Lampiran 5 : Barang lainnya.
- (4) Barang sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang diperdagangkan di pasar dalam negeri oleh pelaku usaha wajib telah berlabel dalam bahasa Indonesia.

Pasal 3

- (1) Label dalam bahasa Indonesia sebagaimana yang dimaksud pasal (2) paling sedikit menggunakan bahasa Indonesia yang jelas, mudah dibaca, dan mudah dimengerti.
- (2) Penggunaan bahasa, angka, dan huruf selain bahasa Indonesia angka arab atau huruf latin dapat digunakan jika tidak ada atau tidak dapat diciptakan padanannya.

Pasal 4

- (1) Mencantumkan label bahasa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 pada barang dan/atau kemasan dapat berupa:
 - a. Embosat atau cetak;
 - b. Ditempel atau melekat secara utuh; atau
 - c. Disertakan atau dimasukkan dalam barang dan/atau kemasan.

Di atas merupakan peraturan menteri yang mengatur mengenai teknis dan peraturan secara tertulis wajibnya penggunaan bahasa Indonesia bagi produk yang dibuat didalam negeri ataupun produk impor yang secara pemasarannya bertujuan untuk orang Indonesia. Tapi banyak pula produk yang dijual secara bebas di Indonesia tidak menggunakan bahasa Indonesia, hal ini sudah melanggar aturan yang seharusnya, maka masalah ini dapat merugikan konsumen yang kesulitan dalam memahami komposisi ataupun cara penggunaan yang benar, dan juga konsumen akan merasa bingung dan tidak bisa membandingkan

maupun memilih barang yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sebagai pelaku atau pengguna barang tersebut.

Mencantumkan label berbahasa Indonesia pada suatu produk adalah kewajiban para produsen barang tersebut, tapi sekarang ini justru banyak produk yang di pasarkan hanya menggunakan bahasa asal barang tersebut dan bahasa Inggris saja walau notabenehnya itu merupakan bahasa Internasional, namun hal ini tidak jadi alasan yang cukup untuk tidak menggunakan bahasa Indonesia.

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 73/M-DAG/PER/9/2015 ini tidak secara spesifik mengatur dalam penggunaan bahasa Indonesia dalam produk makanan dan produk kosmetik tetapi hal ini juga berlaku karena dalam hukum perlindungan konsumen yang di atur dalam Pasal 1 angka 11 peraturan BPOM 12/2015 :

“Kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksud untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar atau gigi bagian membran, mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik, dan kosmetik ataupun makanan termasuk barang yang sesuai dengan definisi barang yang tercantum dalam Pasal 1 angka 3 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang.” (“pemendag 2015”), maka kosmetik dikategorikan sebagai barang.

Barang adalah setiap benda baik berwujud ataupun tidak berwujud, baik bergerak ataupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, dan dapat diperdagangkan, dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.

Selain itu, sebenarnya Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga sudah mengatur sebagaimana kewajiban pelaku usaha dalam mencantumkan informasi barang dalam bahasa Indonesia, sebagaimana yang terdapat dalam Pasal 8 ayat (1) huruf j UU Perlindungan Konsumen :

“Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku”. Ancama sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan tersebut adalah pidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2 milyar.⁷ Selain itu ada juga sanksi administratif berupa pencabutan perijinan di bidang perdagangan dan pencabutan izin usaha lainnya oleh pejabat berwenang.⁸

Konteks peraturan yang dibuat oleh menteri perdagangan ini berlaku bagi semua produsen maupun importir dalam menjual segala barang dke dalam negeri dan ini juga dilakukan untuk menjaga kepentingan para konsumen dan juga sebagai bentuk pengawasan terhadap penyebaran barang-barang yang sudah SNI maupun tidak. Akan tetapi ada pengecualian terhadap barang-barang tertentu yang dapat tidak mencantumkan label berbahasa Indonesia dalam produknya yaitu dimana inipun sudah diatur dalam Pasal 8 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 73/M-DAG/PER/9/2019 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang.

“Ketentuan wajib mencantumkan label dalam bahasa Indonesia sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 2, tidak berlaku untuk :

- a. Barang curah yang dikemas dan diperdagangkan secara langsung dihadapan konsumen; atau

⁷ Sanksi pidana menurut Pasal 62 ayat (1) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁸ Sanksi administratif menurut Pasal 13 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 73/M-DAG/PER/9/2019 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang.

b. Barang yang diproduksi usaha mikro dan pelaku usaha kecil.⁹

Konsumen juga berkewajiban membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan. Pelaku usaha maupun konsumen haruslah menjalankan tugas dan kewajibannya sesuai dengan aturan yang ditetapkan demi menjaga hak masing-masing untuk tercapainya perdagangan yang sehat dan menguntungkan keduanya. Oleh karena itu, pentingnya jurnal ini dibentuk sebagai pengawasan kita terhadap bentuk kecurangan dalam hukum perdagangan.

PENUTUP

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam kegiatan perdagangan baik konsumen maupun pelaku usaha keduanya sama-sama memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Jika dilihat dari pembahasan dalam penelitian ini hak dan kewajiban yang dimiliki oleh pelaku usaha dan konsumen ini bertimbang balik. Dimana ini berarti hak bagi konsumen adalah kewajiban bagi pelaku usaha yang harus dipenuhi begitupun sebaliknya kewajiban konsumen adalah hak yang harus diterima oleh pelaku usaha.

Salah satu hak konsumen yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha adalah mencantumkan informasi pada produk secara jelas dengan menggunakan Bahasa yang dapat dipahami yaitu Bahasa Indonesia sebagai Bahasa nasional. Mencantumkan informasi pada label suatu produk memang harus menggunakan bahasa Indonesia agar konsumen mendapatkan informasi yang mudah dipahami dan terpercaya sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 73/M-DAG/PER/9/2019 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang.

Maka dari itu diharapkan pelaku usaha dapat mencantumkan informasi pada label sebuah produk dengan menggunakan Bahasa Indonesia agar informasi dalam produk lebih mudah dipahami oleh konsumen. Saran untuk konsumen agar lebih selektif dalam mengkonsumsi barang atau jasa dengan membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan kenyamanannya. Untuk pelaku usaha diharapkan untuk menjalankan aturan yang berlaku dalam memperdagangkan produknya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Atsar, Abdul, dan Rani Apriani. (2018). *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta : Deepublish.

Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. (2011). *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Surachman, Winarno. (1999). *Pengantar Penelitian Ilmiah; Dasar, Metode, dan Teknik*, Bandung: Tarsito.

Susanto, H. (2008). *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visi Media Pustaka.

Peraturan Perundang-undangan

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 73/M-DAG/PER/9/2019 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang.

Artikel Jurnal Online

⁹ Pengecualian terhadap barang-barang tertentu yang dapat tidak mencantumkan label berbahasa Indonesia menurut Pasal 8 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 73/M-DAG/PER/9/2019 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang.

Al Hakim, Abdurrahman, dkk. (2021). Kajian Hukum Perbandingan Kemudahan Investasi Asing di Singapura dan di Kota Batam. Indonesia Beserta Legal Standing OSS Dalam Penerapannya, Jurnal Wajah Hukum, Vol. 5(2).