



Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Pembeli Produk Luar Negeri

Analysis of Legal Protection for Buyers of Foreign Products

Zhafira Ramadhani
202040100088

PROPOSAL SKRIPSI

**Program Studi Hukum
Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Mei, 2023**

LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI

Judul : Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Pembeli Produk Luar Negeri

Nama Mahasiswa : Zhafira Ramadhani
NIM : 202040100088

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing
Mochammad Tanzil Multazam, S.H., M.Kn.
NIDN.000000000

Diketahui oleh

Ketua Program Studi
Noor Fatimah Mediawati, S.H., M.H.
NIDN. 000000000

Tanggal Pengesahan
(HH/BB/TT)

DAFTAR ISI

A. Bagian Pengesahan

1. Sampul
2. Lembar Pengesahan
3. Daftar Isi

B. Bagian Isi

1. Judul
2. Pendahuluan
3. Rumusan Masalah
4. Pertanyaan Penelitian
5. Kategori SDGs
6. Metode
7. Jadwal Penelitian

Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Pembeli Produk Luar Negeri

Analysis of Legal Protection for Buyers of Foreign Products

I. Pendahuluan

Kondisi saat ini masih dilakukan jual beli produk luar negeri, tercatat menurut survei, pendapat menunjukkan bahwa konsumen Indonesia memiliki tingkat optimisme dan kepercayaan yang tinggi terhadap ekonomi mereka. Namun, masih ada kekhawatiran tentang kecenderungan konsumen untuk membeli produk impor daripada produk dalam negeri. [1] Persepsi bahwa produk lokal berkualitas rendah dan kurangnya dukungan terhadap produk lokal bisa menjadi penyebabnya. Pemerintah telah berupaya mendorong konsumen untuk mendukung produk dalam negeri dan meningkatkan ekonomi lokal melalui berbagai kebijakan. [2]

Di sisi lain, industri e-commerce di Indonesia berkembang pesat, dengan berbagai platform yang menawarkan berbagai macam produk baik dari penjual lokal maupun internasional. Meskipun tidak ada data spesifik mengenai peningkatan pembelian produk impor oleh konsumen Indonesia selama lima tahun terakhir, namun terlihat bahwa konsumen Indonesia bangga mengonsumsi produk impor dan bersedia membayar lebih untuk itu. [3] Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan pelaku usaha lokal untuk terus mempromosikan dan meningkatkan kualitas produk dalam negeri agar konsumen Indonesia lebih memilih produk lokal dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan demikian, perekonomian Indonesia dapat tumbuh lebih baik dan berkelanjutan di masa mendatang.[4]

Menurut Kominfo "Indonesia merupakan negara 10 terbesar pertumbuhan pertumbuhan 78 persen dan berada di peringkat ke-1, selain itu, menurut merdeka.com “ Berdasarkan laporan JP Morgan berjudul '2020 E-commerce Payments Trends Report: Indonesia' pada 2019 juga memotret laris manisnya produk impor. Sebanyak 7 persen konsumen membeli produk impor di e-commerce. Namun, penjualan lintas-batas berkontribusi 20 persen.[5] NielsenIQ mencatat jumlah konsumen belanja online di Indonesia yang menggunakan e-commerce mencapai 32 juta orang pada 2021. Jumlahnya melesat 88 persen dibandingkan 2020 yang hanya 17 juta orang. Secara rinci dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Pola Percepatan Pengguna e-commerce

Aturan hukum di Indonesia memperbolehkan konsumen untuk membeli produk dari luar negeri, namun tunduk pada peraturan impor dan ekspor. Konsumen disarankan untuk memeriksa peraturan dan persyaratan yang berlaku sebelum melakukan pembelian produk asing. Beberapa produk tertentu dapat dibatasi atau dilarang masuk ke Indonesia karena alasan kesehatan, keselamatan, atau keamanan nasional. Selain itu, konsumen juga dapat dikenakan pajak impor dan bea masuk saat membeli produk dari luar negeri. Untuk melindungi konsumen, Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa konsumen berhak mendapatkan informasi yang akurat dan lengkap tentang produk yang mereka beli, termasuk asal produk dan pajak atau bea yang berlaku. [6]

Kondisi penelitian mengenai perlindungan hukum bagi pembelian luar negeri, ditemukan bahwa salah satu lembaga yang sangat membantu dalam menyelesaikan konflik hukum antara pelaku usaha dan konsumen adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Kehadirannya sangatlah penting dalam menangani masalah hukum terkait perlindungan konsumen. Namun, dalam menegakkan hukum perlindungan konsumen, pemerintah harus mempertimbangkan kepentingan dari kedua belah pihak, yakni pelaku usaha dan konsumen. [7] Oleh karena itu, pengawasan dan kontrol yang baik perlu dilakukan oleh pemerintah agar tercapai keseimbangan dalam perlindungan konsumen dan keberlangsungan usaha para pelaku usaha. [8]

Kantor Bea Cukai Indonesia memiliki tanggung jawab untuk menegakkan peraturan impor dan ekspor barang. Bea Cukai memainkan peran penting dalam melindungi konsumen dari produk ilegal atau tidak memenuhi persyaratan impor. Dengan memastikan produk impor memenuhi peraturan dan persyaratan impor, Bea Cukai memberikan perlindungan kepada konsumen. Namun, jika terjadi pelanggaran undang-undang perlindungan konsumen oleh toko online, konsumen dapat melaporkannya kepada otoritas terkait atau menempuh jalur hukum. Seluruh upaya ini dilakukan untuk menjaga hak konsumen, sesuai dengan Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen yang menegaskan bahwa konsumen berhak mendapatkan informasi yang akurat dan lengkap tentang produk yang mereka beli, termasuk asal produk dan pajak atau bea yang berlaku. [9]

Penelitian ini berfokus pada perlindungan hukum yang diberikan kepada pembeli produk luar negeri sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Seiring dengan berkembangnya teknologi, pembelian produk secara online melalui perusahaan e-commerce luar negeri semakin banyak dilakukan oleh konsumen di Indonesia. Namun, seringkali konsumen mengalami masalah seperti barang palsu atau tidak sesuai dengan apa yang dipesan, yang dapat merugikan mereka secara finansial.[10] Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pertanggungjawaban perusahaan e-commerce luar negeri dalam menghadapi masalah ini, serta bagaimana perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen yang merasa dirugikan. [11] Dalam penelitian ini, penulis akan mengkaji lebih dalam tentang Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta kasus-kasus terkait yang pernah terjadi di Indonesia dan bagaimana penyelesaiannya. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat dan perusahaan e-commerce luar negeri dalam menjalankan bisnisnya secara adil dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Rumusan Masalah : Bagaimana Perlindungan Hukum Terhadap pembeli produk luar negeri?

pertanyaan penelitian : apakah perusahaan e-commerce luar negeri merupakan pelaku usaha jika dilihat dari UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
kategori SDGs : <https://sdgs.un.org/goals/goal10>

II. Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan hukum (statute approach). Muatan hukum yang dikaji berupa muatan hukum primer yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Bahan hukum sekunder berupa literatur hukum dan jurnal hukum. Pasal 1 angka 3 UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen sementara mengubah UU No. 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik sesuai dengan penafsiran sistematis dengan Pasal 1, Pasal 2 dan Pasal 9UU No.19 Tahun 2016 Tentang Dasarnya, perusahaan-perusahaan e-commerce di luar negeri merupakan pelaku komersial. Oleh karena itu, perusahaan e-commerce asing diharapkan menghormati setiap hak konsumen yang tertuang dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

III. Jadwal Penelitian

Adapun jadwal penelitian sebagaimana bisa dilihat pada gambar 1.

No.	Tahap dan Kegiatan Penelitian	Waktu (Bulan)					
		1	2	3	4	5	6
1.	Persiapan Menyusun Proposal						
2.	Pengumpulan Data Mengumpulkan Data Primer dan Sekunder						
3.	Pengolahan dan Analisis Data						
4.	Penyusunan Laporan						
5.	Dan Lain-lain						

Gambar 1. Jadwal penelitian

Daftar Pustaka

- [1] A. H. Barkatullah, "Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce," *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, Vol. 14, No. 2, Pp. 247–270, Mar. 2007, Doi: 10.20885/Iustum.Vol14.Iss2.Art8.
- [2] M. H. Adhitama And S. Sukardi, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Warung Sate Klatak Pak Pong Bantul)," *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, Vol. 8, No. 2, Pp. 207–220, Jan. 2020, Doi: 10.12928/Fokus.V8i2.1591.
- [3] S. Fathiyah And N. Nurhasanah, "Eksekusi Jaminan Hak Tanggungan Nasabah Wanprestasi Akad Musyarakah Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen," *Jurnal Hukum Replik*, Vol. 7, No. 1, Pp. 71–90, Mar. 2020, Doi: 10.31000/Jhr.V7i1.2544.
- [4] R. Andriyanty And D. Wahab, "Preferensi Konsumen Generasi Z Terhadap Konsumsi Produk Dalam Negeri," *Ethos (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)*, Vol. 7, No. 2, Pp. 280–296, Jun. 2019, Doi: 10.29313/Ethos.V7i2.4694.
- [5] N. A. Ananda And M. Mikhratunnisa, "Keputusan Pembelian Produk Halal Pada Generasi Muslim (Genm)," *Jurnal Tambora*, Vol. 4, No. 2a, Pp. 47–53, Jul. 2020, Doi: 10.36761/Jt.V4i2a.774.
- [6] N. Aminah, "Pengaruh Etnosentrisme Konsumen Dan Perceivedquality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Mustika Ratu." May 13, 2020. [Online]. Available: <https://lens.org/005-597-790-321-550>
- [7] S. A. Dan A. Agustiwi, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Di Indonesia," *Unifikasi: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 3, No. 2, Pp. 40–60, Jul. 2016, Doi: 10.25134/Unifikasi.V3i2.409.
- [8] D. Astuti And T. Widodo, "Identifikasi Potensi Serta Minat Konsumen Akan Ekowisata Mangrove Di Pulau Bengkalis," *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, Vol. 6, No. 2, Pp. 135–141, Dec. 2018, Doi: 10.35314/Inovbiz.V6i2.860.
- [9] M. R. A. Anshori, "Penguatan Bea Cukai Secara Kelembagaan Dalam Menghadapi Kejahatan Transnasional," *Jurnal Ilmiah Dunia Hukum*, Vol. 1, No. 1, Pp. 45–60, Oct. 2016, Doi: 10.35973/Jidh.V1i1.606.
- [10] A. Aziz, P. Prananingtyas, And I. Irawati, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Air Minum Isi Ulang Oleh Dinas Kesehatan Di Kabupaten Slawi," *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, Vol. 1, No. 2, Pp. 213–225, May 2019, Doi: 10.14710/Jphi.V1i2.213-225.
- [11] D. A. C. Astari And C. Nugroho, "Motivasi Pembelian Impulsif Online Shopping Pada Instagram (Analisis Deskriptif Motivasi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Online Pada Instagram)," *Jurnal Signal*, Vol. 6, No. 1, Pp. 116–134, Jan. 2018, Doi: 10.33603/Signal.V6i1.946.