

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Praktik *overpackaging* atau penggunaan kemasan berlebihan dalam produk Fast Moving Consumer Goods (FMCG) yang dipasarkan *melalui e-commerce* seperti *Shopee* masih terjadi cukup sering dan menimbulkan berbagai tanggapan dari konsumen. *Overpackaging* yang dimaksud adalah penggunaan kemasan secara berlebihan, baik dari segi jumlah bahan kemasan maupun desain kemasan yang tidak sesuai dengan ukuran atau kebutuhan perlindungan produk. Dalam praktiknya, pelaku usaha seringkali mengemas produk berukuran kecil seperti jilbab, aksesoris, atau jam tangan dengan kemasan besar dan berlapis, termasuk bubble wrap tebal, kotak kardus besar, dan plastik tambahan. kenyataannya banyak konsumen merasa dirugikan, baik dari sisi efisiensi, biaya pengiriman yang meningkat, maupun dampak lingkungan akibat limbah kemasan. Dengan demikian, *overpackaging* dalam produk FMCG di *Shopee* merupakan isu yang penting untuk diperhatikan, agar pelaku usaha lebih bijak dalam penggunaan kemasan dan mampu menghadirkan nilai fungsional sekaligus ramah lingkungan dalam setiap produk yang dipasarkan.
2. *Shopee* hingga saat ini belum memiliki regulasi internal yang bersifat mengikat terhadap seller terkait praktik pengemasan produk. Pedoman pengemasan yang tersedia masih bersifat teknis dan lebih berfokus pada keamanan pengiriman, bukan pada efisiensi atau keberlanjutan. Selain itu kurangnya pengawasan terhadap seller menyebabkan praktik *overpackaging* masih sering terjadi di platform tersebut.
3. Dalam perspektif Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), *overpackaging* tanpa informasi yang

jas melanggar hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c dan Pasal 7 huruf b. Praktik ini juga bertentangan dengan asas keadilan dalam transaksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 2 UUPK, serta berpotensi menyebabkan kerugian materiil yang dapat digugat berdasarkan Pasal 19 ayat (1). Dalam perspektif hukum Islam, *Overpackaging* bertentangan dengan prinsip kejujuran dan keadilan dalam muamalah. Kemasan yang berlebihan dapat menimbulkan persepsi yang salah terhadap isi produk, sehingga menimbulkan ketidakjelasan (*gharar*) dalam transaksi, yang dilarang dalam Islam karena dapat merugikan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada pelaku usaha di platform *e-commerce* seperti *Shopee*, hendaknya menerapkan prinsip transparansi dan efisiensi dalam pengemasan produk. Gunakan kemasan yang sesuai dengan fungsi perlindungan barang, tanpa melebih-lebihkan untuk kepentingan estetika semata yang berujung pada pemborosan, dan disarankan untuk membuat regulasi internal yang mewajibkan transparansi biaya pengemasan, menyediakan opsi “kemasan ramah lingkungan” bagi konsumen, serta menampilkan label apakah kemasan termasuk dalam komponen harga.
2. Pemerintah dan otoritas terkait, seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, perlu melakukan pengawasan dan edukasi terhadap pelaku usaha terkait dampak lingkungan dari *overpackaging* serta memberikan pedoman khusus tentang standar kemasan produk di platform digital.
3. Kepada konsumen, penting untuk meningkatkan kesadaran kritis terhadap praktik *overpackaging* dan mulai memilih produk dengan kemasan minimalis dan ramah lingkungan. Konsumen juga dapat

melaporkan praktik yang merugikan atau menyesatkan kepada pihak yang berwenang.

4. Dari sisi hukum Islam, edukasi muamalah yang sesuai dengan prinsip keberlanjutan dan etika bisnis Islami perlu terus disosialisasikan kepada pelaku usaha dan masyarakat Muslim. Nilai-nilai kejujuran, keadilan, kesederhanaan, dan tanggung jawab terhadap lingkungan harus menjadi landasan dalam aktivitas bisnis di era digital.



UIN IMAM BONJOL
PADANG

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rianto. 2004. Metode Penelitian Sosial dan Hukum. Jakarta: Granit.
- Al-Nawawī, Yahya bin Syaraf. 2003. *Al-Majmū' Syarḥ al-Muhadzdzab*. Beirut: Dār al-Fikr.
- Amin, Rauf. Muthiadin Cut. 2024. Relevansi Teori Konsumen Kahf dan Yusuf Al Qardhawi Terhadap Implementasi Halal Lifestyle. *Education and Islamic Studies* Volume 1 (Edisi 2). 50
- Baehaqi, Faisal et all. 2024. Dampak Hukum Usaha Mikro Kecil dan Menengah Terhadap Ketidaksesuaian Produk Pada Transaksi di Media E-Commerce. *Jurnal Bisnis Manajemen*. Volume 2 (Edisi 3).
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Tanggung Jawab Platform E-Commerce dalam Perlindungan Konsumen." Diakses 21 Juli 2025. <https://bpkn.go.id>.
- Febrianti. 2020. *Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen: Sinergitas Negara, Pelaku Usaha, Perlindungan Konsumen*. Borobudur Law Reaview.
- Fathoni, Abdurrahman. 2006. Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Gunawan, Imam. 2016. Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Happy, Susanto. 2008. Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan. Jakarta: Visimedia.
- Hasan, Ahmad. 2008. Prinsip-prinsip Ekonomi Islam. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Hidayat, Muhammad. 2022. Etika Bisnis Islam dalam Ekonomi Digital. Bandung: Alfabeta.
- Huruyati, Ratih. 2010. Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Hariyadi, Purwiyanto. 2023. Pengemasan Pangan Berkelanjutan: Memastikan Keamanan dan Mengurangi Limbah. *Department of Agricultural Technology Politeknik Negeri Jember*. 15 Novembar.

- Jannah, Rahmatul et all. 2025. Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Syariah: Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Pendidikan*. Volume 4 (Edisi 1).
- Jamus sidobalok. 2014. Hukum Perlindungan Konsumen. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Kompas.com. Kemasan Produk Berlebihan: Antara Gaya dan Sampah. Diakses 21 Juli 2025. <https://www.kompas.com>.
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. Dampak Sampah Kemasan Plastik terhadap Lingkungan. Diakses 20 Juli 2025. <https://www.menlhk.go.id>.
- Kurniawan. 2011. Hukum Perlindungan Konsumen, Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Universitas Brawijaya Press.
- Ahmad, Miru & Yodo Sumarman. 2004. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Masruroh, M. D (n.d). 2023. Pentingnya Produsen Paham Perlindungan Konsumen Mengenai Hak dan Kewajiban Yang Diberikan Kepada Konsumen. *Pengabdian Mahasiswa*.
- Ponow, Kerenia et all. 2025. Penegakan Hukum Terhadap Pelaku Usaha yang Menjual Ponsel Ilegal Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Lex Privatum* Volume 14 (Edisi 5).
- Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia Nomor P.75 Tahun 2019 tentang Peta Jalan Pengurangan Sampah oleh Produsen.
- Pratiwi, Laksmi. 2021. Tanggung Jawab E-commerce dalam Transaksi Konsumen. Bandung: Refika Aditama
- Purwanto, Arif. 2016. Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. Jakarta: Sinar Grafika.
- Rosmawati. 2018. Pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen. Perenada Media Group, Depok.

- Rahman, Fathur. 2011. Muamalah Kontemporer: Studi Hukum Transaksi dalam Islam. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Republika.co.id. Perlindungan Konsumen Menurut Perspektif Islam. Diakses 21 Juli 2025. <https://www.republika.co.id>.
- Rizka, Syafriana. 2016. Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik, *De Lega Lata*, Volume 1. No.2
- Sulistiyowati, S. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit UII Press.
- Subagyo. 2010. Buku Sederhana Memahami Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen. Surabaya.
- Sidharta, A. Bernard. 2000. Refleksi tentang Struktur Ilmu Hukum. Bandung: Mandar Maju.
- Shopee Indonesia. Kebijakan Pengemasan Produk oleh Penjual. Diakses 20 Juli 2025. <https://shopee.co.id/m/kebijakan-pengemasan>.
- Sudaryati, Erna dan Gunawan Widjaja. 2013. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Sinar Grafika.
- Shopie, Yusuf. 2013. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Sofyan, Edi et all. 2025. Pengaruh Kemasan Ramah Lingkungan Terhadap Keputusan Pembeli Produk Perawatan Pribadi (*Fast-Moving Consumer Goods*). *Jurnal Bisnis Mahasiswa*. Volume 5. No 4.
- Sahetapy, Wilma Laura et all. 2023. Penjualan Produk Kosmetik Ilegal Melalui Lokapasar: *Shopee*, Ditinjau dari Undang-undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Pengabdian Masyarakat* Volume 8 (Edisi 1).
- Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan hukum konsumen, pasal 1 ayat (3)
- Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan hukum konsumen, pasal 19
- Wibowo, Andi. 2020. Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Yogyakarta: Genta.

- William. 2023. Fitur-fitur terbaik yang dimiliki *shopee*: membuat pengalaman belanja lebih menarik
- Winarmo, Surakhmad. 1990. Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik. Bandung: Tarsito.
- Widiatēja, B. d. (n.d.). 2016. Perlindungan Konsumen Terhadap Pelaku Usaha Terkait Wanprestasi yang Dilakukan Konsumen dengan Cara HIT AND RUN.
- Yusri, Muhammad. 2020. Hukum Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Islam. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press.
- Yulianto. 2022. Analisis Overpackaging dalam Perspektif Perlindungan Konsumen dan Lingkungan. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*. Volume. 5. No. 3.
- Zulham, 2013. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kencana.