

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pembangunan nasional pada satu pihak mempunyai manfaat terhadap konsumen karena kebutuhan konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen.<sup>1</sup> Di sisi lain, pembangunan nasional mengakibatkan kedudukan konsumen dan pelaku usaha menjadi tidak seimbang dan konsumen berada di posisi yang lemah. Konsumen dijadikan sebagai aktivitas bisnis oleh para pelaku usaha guna memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah.<sup>2</sup>

Memperhatikan kondisi tersebut, Ahmadi Miru berpendapat, bahwa Perlindungan konsumen merupakan bagian tak terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat. Dalam kegiatan bisnis yang sehat terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen dengan produsen. Tidak adanya perlindungan yang seimbang menyebabkan konsumen berada pada posisi yang lemah. Lebih-lebih jika produk yang dihasilkan oleh produsen merupakan jenis produk yang terbatas, produsen dapat menyalahgunakan posisinya yang monopolistis tersebut. Hal ini tentu saja akan merugikan konsumen.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Adrian Sutedi, 2008, *Tanggungjawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Pertama, Bogor: Ghalia Indonesia, hal. 1-2.

<sup>2</sup> *Ibid*, hal. 2

<sup>3</sup> Ahmadi Miru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Penerbit. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta. 2013, hal. 1

A.Z. Nasution mengemukakan, bahwa Perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Adapun hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen dalam pergaulan hidup.<sup>4</sup>

Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, disebutkan bahwa *“Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”* Sedangkan konsumen menurut pengertian Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen *“konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan kembali.”*

Pada dasarnya hubungan pelaku usaha dan konsumen merupakan hubungan yang bersifat ketergantungan, artinya pelaku usaha tidak dapat berdiri sendiri memproduksi barang tanpa memikirkan bagaimana pemasarannya. Demikian begitu sebaliknya, konsumen tidak dapat hanya berpandangan bahwa karena memiliki uang, lalu bebas untuk menentukan pilihannya.<sup>5</sup> Karena itu, diperlukan keseimbangan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Banyak pelaku usaha berlindung dibalik berbagai informasi *“semu”* yang diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen. Pelaku usaha kerap menutupi, melepaskan tanggungjawabnya untuk memberikan informasi sebenarnya terkait produk yang akan dipasarkan.

---

<sup>4</sup> A.Z. Nasution, *Konsumen dan Hukum, Tinjauan Sosial Ekonomi dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen*, (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1995) , hal 64-65

<sup>5</sup> Ali Mansyur, *Penegakan Hukum tentang Tanggung Gugat Produsen dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Genta Press, 2007, hal. 1

Dalam hal ini mengenai perlindungan konsumen berarti mempersoalkan mengenai jaminan ataupun kepastian mengenai terpenuhinya perlindungan yang diberikan terhadap masyarakat sebagai konsumen, dalam hal ini konsumen yang mengkonsumsi suatu jenis produk minuman tertentu. Produk minuman merupakan salah satu hasil produksi yang memiliki resiko tinggi karena makanan dikonsumsi oleh masyarakat untuk kelangsungan hidupnya dan bahkan akhir-akhir ini banyak beredar produk makanan yang sudah kadaluarsa. Ada dua jenis minuman yang beredar di pasaran, yaitu

1. Mencantumkan tanggal kadaluarsa
2. Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa

Disini yang menyulitkan adalah jika tidak ada tanggal kadaluarsa dalam produk minuman yang dijual. Kondisi dan fenomena seperti inilah yang merupakan salah satu alasan yang mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen selalu berada pada posisi yang lemah. Kasus-kasus peredaran minuman yang tidak layak konsumsi memang tidak akan pernah berhenti, karena banyak pihak pelaku usaha/produsen yang berusaha meraup keuntungan yang sebesar-besarnya, tanpa memperdulikan kerugian yang akan dialami konsumen. Namun lebih berbahayanya lagi apabila minuman yang sudah dicantumkan masa kadaluarsanya namun masih dipasarkan atau diedarkan di swalayan di kota Mojokerto.

Dengan demikian, maka jaminan ataupun kepastian hukum terhadap perlindungan konsumen dengan adanya peraturan perundang-undangan di atas telah terpenuhi, sehingga masyarakat yang merasa hak-haknya telah dilanggar bisa melakukan penuntutan terhadap oknum-oknum yang dengan sengaja memproduksi, mengedarkan dan atau menjual produk minuman kadaluarsa yang berbahaya bagi kesehatan. Seperti yang diketahui bersama, bahwa produk minuman kemasan

kadaluarsa ditemukan di pasar swalayan (RIA SWALAYAN) yang beralamat di Jl. Brawijaya No.150-152, Petok, Tunggalpager, Kec. Pungging, Mojokerto, Jawa Timur.

setelah mengalami gejala sakit dan meminta tanggung jawab pelaku usaha karena minuman yang dikonsumsi ditemukan telah melewati masa daluarsa, namun pelaku usaha (RIA SWALAYAN) tidak mau bertanggung jawab karena produk yang didapatkan dari distributor sudah mendekati masa daluarsa

Sesuai keterangan pelapor yang membeli produk minuman kemasan tersebut pada tanggal 28 Oktober 2020, setelah mengalami gejala sakit dan meminta tanggung jawab pelaku usaha karena minuman yang dikonsumsi ditemukan telah melewati masa daluarsa, namun pelaku usaha (RIA SWALAYAN) tidak mau bertanggung jawab karena produk yang didapatkan dari distributor sudah mendekati masa daluarsa dan telah menghubungi layanan konsumen yang tertera pada produk (PT. ULTRA JAYA MILK INDUSTRY) masih belum ada tindakan yang diberikan kepada pelapor

Lalu bagaimana dengan perlindungan konsumen terhadap minuman kadaluarsa dan bagaimana pula proses penegakkan hukum sebagai wujud perlindungan konsumen terhadap minuman kadaluarsa agar masyarakat tetap mendapatkan jaminan terhadap minuman yang sehat, bersih, halal dan tidak mengancam kesehatan. Persoalan tersebut tentu membuat peneliti tertarik membahas permasalahan tersebut dalam sebuah proposal penelitian dengan judul :  
**“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP PRODUK SUSU UHT KADALUARSA (STUDY DI YLPK SURABAYA)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha atas produk susu UHT kadaluarsa yang mengakibatkan kerugian konsumen?

2. Apa upaya penyelesaian yang dapat ditempuh oleh konsumen yang dirugikan atas produk susu UHT kadaluarsa tersebut?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui tanggung jawab pelaku usaha atas produk susu UHT kadaluarsa yang mengakibatkan kerugian konsumen
2. Untuk mengetahui upaya penyelesaian yang dapat ditempuh oleh konsumen yang dirugikan atas produk susu UHT kadaluarsa tersebut

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik bagi penyusun maupun pihak lainnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

#### **a. Manfaat Teoritis**

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya ilmu hukum mengenai tanggung jawab pelaku usaha atas produk susu UHT kadaluarsa yang mengakibatkan kerugian konsumen

#### **b. Manfaat Praktis**

- 1) Memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai tanggung jawab pelaku usaha atas produk susu UHT kadaluarsa yang mengakibatkan kerugian konsumen
- 2) Memberikan penambahan informasi ataupun bahan penelitian bagi para akademis.

## **1.5 KAJIAN PUSTAKA**

### **1.5.1 Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen**

#### **1.5.1.1 Pengertian Perlindungan Konsumen**

Pada pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dinyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah

*“segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”*. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen merupakan Undang-Undang payung bagi Undang-Undang yang terkait dengan Undang- Undang yang berkaitan dengan perlindungan konsumen lainnya.

Contoh Undang-Undang yang berkaitan dengan masalah perlindungan konsumen khususnya yang berkaitan dengan masalah pangan yaitu :

- 1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 Tentang Pangan
- 2) Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan
- 3) Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 Tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan.

Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan mengenai Perlindungan Konsumen mempunyai beberapa tujuan, hal ini diatur dalam pasal 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yaitu :

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
2. Melindungi harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi

5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur hubungan dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.<sup>6</sup>

Perlindungan konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.<sup>7</sup>

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut.<sup>8</sup>

#### **1.5.1.2 Tujuan Perlindungan Hukum**

Dalam masyarakat terdapat beraneka warna hukum, kebiasaan, peraturan agama, tradisi, peraturan, perkumpulan yang kesemuanya dalam beberapa hal membatasi tindak tanduk manusia dan mengatasi hasrat hatinya yang sejati. Keinginan-keinginan dan cita-citanya sampai tingkat tertentu disesuaikan dengan jaring-jaring pengawasan yang kompleks ini. Hukum

---

<sup>6</sup> *Ibid*, hal. 22.

<sup>7</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Grasindo, 2000), hal. 9

<sup>8</sup> *Op.cit*, hal.22

tidaklah sepenuhnya menuntun tindakan manusia, melainkan lebih bersifat menjaga agar manusia-manusia tetap berada dalam batas-batas tertentu. Keberadaan hukum di tengah-tengah masyarakat memang tidak berdiri sendiri.

Hukum memiliki keterkaitan yang erat dengan kehidupan masyarakat diikuti dengan perkembangan hukum yang berlaku di dalam masyarakat. Keduanya saling mempengaruhi dan saling menyempurnakan. Hukum tidak lain adalah perlindungan kepentingan manusia yang berbentuk norma atau kaidah. Hukum sebagai kumpulan peraturan atau kaidah mengandung isi yang bersifat umum dan normatif, umum karena berlaku bagi setiap orang, dan normatif karena menentukan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan, serta menentukan bagaimana cara melaksanakan kepatuhan kaidah.<sup>9</sup>

Menurut Roscoe Pound memiliki pendapat mengenai hukum yang menitik beratkan hukum pada kedisiplinan dengan teorinya yaitu *law as a tool of social engineering* bahwa hukum adalah alat untuk memperbaiki atau merekayasa masyarakat.<sup>10</sup> Dengan kata lain perlindungan hukum sebagai suatu gambaran dari fungsi hukum, yaitu konsep dimana hukum dapat memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian.

Perlindungan hukum akan menjadi hak bagi warga negara. Di sisi lain perlindungan hukum menjadi kewajiban bagi negara. Negara wajib memberikan perlindungan hukum bagi warga negaranya. Indonesia mengukuhkan dirinya sebagai negara hukum yang tercantum di dalam Undang-Undang Dasar 1945 pasal 1 ayat 3 yang berbunyi : “*Indonesia adalah negara hukum*”. Ini berarti bahwa Indonesia adalah negara yang berdasarkan atas

---

<sup>9</sup> Sudikno Mertokusumo, 2003, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Yogyakarta : Liberty. Hal. 39

<sup>10</sup> Soedarsono, 2004, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta : Rineka Cipta, Hlm 43.



hukum. Dengan sendirinya perlindungan hukum menjadi unsur esensial serta menjadi konsekuensi dalam negara hukum. Negara wajib menjamin hak-hak hukum warga negaranya. Perlindungan hukum merupakan pengakuan terhadap harkat dan martabat warga negaranya sebagai manusia. Karena itu Teori Perlindungan Hukum ini menjadi sangat penting. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah dari barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah.

Aspek dominan dalam konsep barat tentang hak asasi manusia menekankan eksistensi hak dan kebebasan yang melekat pada kodrat manusia dan statusnya sebagai individu, hak tersebut berada di atas negara dan di atas semua organisasi politik dan bersifat mutlak sehingga tidak dapat diganggu gugat. Karena konsep ini, maka sering kali dilontarkan kritik bahwa konsep Barat tentang hak-hak asasi manusia adalah konsep yang individualistik. Kemudian dengan masuknya hak-hak sosial dan hak-hak ekonomi serta hak kultural, terdapat kecenderungan mulai melunturnya sifat individualistik dari konsep Barat. Dalam merumuskan prinsi-prinsip perlindungan hukum di Indonesia, landasannya adalah Pancasila sebagai ideologi dan falsafah negara. Konsepsi perlindungan hukum bagi rakyat di Barat bersumber pada konsep-konsep *Rechtstaat* dan "*Rule of The Law*". Dengan menggunakan konsepsi Barat sebagai kerangka berfikir dengan landasan pada Pancasila, prinsip perlindungan hukum di Indonesia adalah prinsip pengakuan dan perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia yang bersumber pada Pancasila. Prinsip

perlindungan hukum terhadap tindak pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarahnya di Barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah.<sup>11</sup>

Tujuan Perlindungan Konsumen juga diatur dalam pasal 3 Undang - Undang Perlindungan Konsumen , yaitu :

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen , untuk melindungi diri
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi akses untuk mendapatkan informasi
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha
- f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan , dan keselamatan konsumen .

---

<sup>11</sup> Wahyu Simon Tampubolon, SH, MH, *Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Ilmiah “Advokasi” Vol. 04. No. 01. Maret 2016

Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini , merupakan isi pembangunan nasional sebagaimana disebutkan dalam pasal 2 sebelumnya , karena tujuan perlindungan konsumen yang ada itu merupakan sasaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen.<sup>12</sup>

Keenam tujuan khusus perlindungan konsumen yang disebutkan di atas bila dikelompokkan ke dalam tiga tujuan hukum secara umum, maka tujuan hukum untuk mendapatkan keadilan terlihat dalam rumusan huruf c, dan huruf e. Sementara tujuan untuk memberikan kemanfaatan dapat terlihat dalam rumusan huruf a, dan b, termasuk huruf c, dan d, serta huruf f. Terakhir tujuan khusus yang diarahkan untuk tujuan kepastian hukum terlihat dalam rumusan huruf d. "Pengelompokkan ini tidak berlaku mutlak, oleh karena seperti yang dapat dilihat dalam rumusan pada huruf a sampai dengan huruf f terdapat tujuan yang dapat dikualifikasi sebagai tujuan ganda."<sup>13</sup>

### **1.5.1.3 Asas Perlindungan Konsumen**

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama seluruh pihak yang terkait, masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah berdasarkan 5 (lima) asas, yang menurut Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 adalah :

1. Asas manfaat, dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

---

<sup>12</sup> Ahmadi Miru dan Sutarnan Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, , 2014, hal. 34

<sup>13</sup> *Ibid*, Hal 34

2. Asas keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian hukum, dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut. Pemberdayaan konsumen dengan meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandiriannya melindungi diri sendiri sehingga mampu mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan menghindari eksese negatif pemakaian, penggunaan dan pemanfaatan barang dan/atau jasa kebutuhannya <sup>14</sup>

### **1.5.2 Konsumen**

---

<sup>14</sup> Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta, Diadit Media, 2002)

### 1.5.2.1 Pengertian Konsumen

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa perlindungan konsumen merupakan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memperoleh produk barang dari kemungkinan timbulnya kerugian karena penggunaannya

Ruang lingkup hukum perlindungan konsumen sulit dibatasi hanya dengan menampungnya dalam satu jenis Undang-Undang, seperti Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen. Hukum perlindungan konsumen selalu berhubungan dan berinteraksi dengan berbagai bidang dan cabang hukum lain, karena pada tiap bidang dan cabang hukum itu senantiasa terdapat pihak yang berpredikat “konsumen”.

Dengan memahami pengertian konsumen, maka perbedaan antara hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen, antara hak-hak pokok dari konsumen dan keterkaitan hukum perlindungan konsumen dengan bidang-bidang hukum yang lain dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang hukum perlindungan konsumen.

Sebagaimana disebutkan dalam penjelasan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bahwa konsumen yang dimaksud adalah konsumen akhir yang dikenal dalam kepustakaan ekonomi. Penjelasannya adalah sebagai berikut:

- 1) Orang, kecuali disebut kusus, dalam batasan ini terdiri dari orang alami atau orang yang diciptakan oleh hukum (perusahaan dengan bentuk PT atau sejenis, baik privat atau publik).
- 2) Unsur mendapatkan barang atau jasa, yaitu atas dasar suatu hubungan hukum berdasarkan perjanjian (jual beli, sewa-menyewa, sewa beli).

- 3) Dalam barang dan/atau jasa yang digunakan, tergantung pada konsumen mana yang dimaksudkan. Bagi konsumen antara barang atau jasa itu adalah barang atau jasa kapital, berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang diproduksinya (produsen). Kalo ia adalah distributor atau pedagang, berupa barang setengah jadi atau barang jadi yang menjadi mata dagangnya.
- 4) Bagi konsumen – akhir, barang dan/atau jasa itu adalah barang atau jasa konsumen, yaitu barang atau jasa yang biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga atau rumah tangganya (produk konsumen). Barang atau jasa konsumen ini umumnya diperoleh di pasar-pasar konsumen, dan terdiri dari barang atau jasa yang umumnya digunakan di dalam rumah tangga.

#### **1.5.2.2 Hak dan Kewajiban Konsumen**

Dalam hal ini semua orang adalah konsumen karena membutuhkan barang dan jasa untuk mempertahankan hidupnya sendiri, keluarganya, ataupun untuk memelihara/merawat harta bendanya. Setiap konsumen tidak hanya mempunyai hak yang bisa dituntut dari produsen atau pelaku usaha, tetapi juga kewajiban yang harus dipenuhi atas diri produsen atau pelaku usaha. Hak dan kewajiban tersebut adalah :

##### **1. Hak Konsumen**

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak semestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

## 2. Kewajiban Konsumen

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut

### 1.5.3 Pelaku Usaha

#### 1.5.3.1 Pengertian Produsen atau Pelaku usaha

Produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Pengertian ini termasuk di dalamnya pembuat, grosir, laveransir, dan

pengecer profesional, yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen.

Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) menyebutkan empat kelompok besar kalangan pelaku ekonomi; tiga diantaranya termasuk kelompok pengusaha (pelaku usaha, baik privat maupun publik). Ketiga kelompok pelaku usaha tersebut terdiri dari :

1. Kalangan Investor. Yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan. Seperti perbankan, usaha leasing “tengkulak”, penyedia dana lainnya, dan sebagainya.
2. Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan/atau jasa. Mereka dapat terdiri dari orang/badan usaha yang berkaitan dengan pangan, orang/badan usaha yang memproduksi sandang, orang/badan usaha yang berkaitan dengan pembuatan perumahan, orang/badan usaha yang berkaitan dengan jasa angkutan, perasuransian, perbankan, orang/badan usaha yang berkaitan dengan obat-obatan, kesehatan, narkotika, dan sebagainya.
3. Distributor yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut kepada masyarakat, seperti pedagang secara retail, pedagang kaki lima, warung, toko, supermarket, hipermarket, rumah sakit, klinik, “warung dokter”, perusahaan angkutan (darat, laut, udara), kantor pengacara dan sebagainya. Dengan demikian, produsen tidak hanya diartikan sebagai pihak pembuat/pabrik yang menghasilkan produk saja, tetapi juga mereka yang terkait dengan penyampaian/peredaran produk hingga sampai ke tangan konsumen.



Dengan perkataan lain, dalam konteks perlindungan konsumen, produsen diartikan secara luas. Sebagai contoh, dalam hubungannya dengan produk makanan hasil industri (pangan olahan), maka produsennya adalah mereka yang terkait dalam proses pengadaan makanan hasil industri (pangan olahan) itu hingga sampai ke tangan konsumen, mereka itu adalah : pabrik (pembuat), distributor, eksportir atau importir, dan pengecer, baik yang berbentuk badan hukum ataupun yang bukan badan hukum.

Dalam hal ini jelas bahwa swalan yang dimiliki bapak Wawan Suhandi adalah suatu perusahaan pengecer (retail) yang menyampaikan suatu produk dari distributor pabrik ke tangan konsumen. Jadi, kaitannya dengan perlindungan konsumen swalayan bapak Wawan Suhandi adalah sebagai Pelaku Usaha yang ikut berperan dalam usaha perlindungan konsumen.

Pengertian produsen atau pelaku usaha menurut Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang perorangan 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.

#### **1.5.3.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha**

Para pelaku usaha yang dimaksud dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut meliputi perusahaan milik negara maupun swasta, koperasi, importir, pedagang eceran, distributor, pelaku usaha periklanan dan lain-lain. Apabila konsumen mempunyai hak yang dapat dituntut dari produsen atau

pelaku usaha, produsen dan pelaku usaha juga mempunyai hak dan kewajiban yang harus dipenuhi, yaitu :

#### 1. Hak Pelaku Usaha

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

#### 2. Kewajiban Pelaku Usaha

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang di produksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.

- e. 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.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian

#### **1.5.4 Minuman Kadaluarsa**

##### **1.5.4.1 Pengertian Minuman dan Makanan Kadaluarsa**

Menurut Kamus Bahasa Indonesia, produk pangan kadaluarsa yaitu makanan yang terlewat dari batas waktunya atau makanan yang berbahaya bagi kesehatan.<sup>15</sup> Menurut Keputusan Dirjen POM No. 02591/B/SK/ VIII/1991 tentang Perubahan Lampiran Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 180/Men.Kes/Per/IV/1985 tentang Makanan Daluwarsa menyatakan bahwa:

- a. Makanan adalah barang yang diwadahi dan diberikan label dan yang digunakan sebagai makanan atau minuman manusia akan tetapi bukan obat.*
- b. Label adalah tanda berupa tulisan, gambar, atau bentuk pernyataan lain yang disertakan pada wadah atau pembungkus makanan sebagai keterangan atau penjelasan.*
- c. Makanan daluwarsa adalah makanan yang telah lewat tanggal daluwarsa.*

---

<sup>15</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008, hal.

*d. Tanggal kadaluarsa adalah batas akhir suatu makanan dijamin mutunya sepanjang penyimpanannya mengikuti petunjuk yang diberikan oleh produsen.”*

Kadaluarsa merupakan lewatnya ataupun habisnya jangka waktu sebagaimana yang telah ditetapkan dan apabila dikonsumsi, maka makanan tersebut dapat membahayakan bagi kesehatan yang mengkonsumsinya. Dengan demikian kadaluarsa adalah penjualan barang ataupun peredaran produk kemasan dan makanan yang sudah tidak layak dijual kepada konsumen. Hal ini disebabkan karena produk tersebut telah kadaluarsa sehingga dapat mengganggu kesehatan dan apabila dikonsumsi dalam jangka waktu yang cukup lama dapat menyebabkan kanker, dari hal atau tanggal kadaluarsa merupakan batas jaminan produsen ataupun pelaku usaha terhadap produk yang diproduksinya.<sup>16</sup>

Produk pangan kadaluarsa merupakan suatu kondisi dimana suatu produk pangan sudah dikatakan tidak layak karena sudah lewat waktu yang ditentukan layak pada kemasannya. Kondisi produk yang sudah tidak layak ini tentu juga tidak layak jual, dan konsumen juga harus cerdas dalam membeli suatu produk dengan cara teliti sebelum membeli. Namun masalah yang dihadapi konsumen tidak hanya sampai disana, persaingan global yang terjadi membuat produsen makanan kemasan menghalalkan segala cara untuk meraup keuntungan, salah satunya dengan cara mengedarkan makanan kemasan tanpa tanggal kadaluarsa sehingga mereka dapat menekan angka kerugian.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Wahyu Simon Tampubolon, “*Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Makanan Kadaluarsa di Labuhanbatu (Ditinjau dari Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)*”, dalam Jurnal Ilmiah Advokasi Vol. 08. No. 01 Maret 2020,hal. 29

<sup>17</sup> I Gede Eggy Bintang Pratama & I Ketut Sudjana, “*Perlindungan Konsumen Terhadap Makanan Kemasan Tanpa Tanggal Kadaluarsa*”, dalam Kertha Semaya, Journal Ilmu Hukum, Vol. 6, No. 4, 2018, hal. 2

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa produk pangan kadaluarsa merupakan produk pangan yang tidak layak untuk dikonsumsi karena di dalam makanan tersebut sudah tercemar oleh bakteri maupun kuman sehingga kualitas mutu dari produk tersebut tidak lagi dijamin oleh produsen.

#### **1.5.4.2 Peraturan Minuman dan Makanan Kadaluarsa**

Peraturan Minuman dan Makanan Kadaluarsa di Indonesia Pengaturan mengenai tanggal kadaluarsa pada produk pangan di Indonesia cukup banyak ditemukan, di antaranya pada Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 secara eksplisit pada pasal 28D dinyatakan bahwa setiap orang berhak atas jaminan, perlindungan, serta kepastian hukum. Dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen terlihat jelas bahwa konsumen memiliki hak atas terjaminnya barang atau jasa yang akan dipakainya, perlindungan terhadap dirinya dari barang atau jasa tersebut, serta kepastian hukum dalam upaya yang ditempuh apabila terjadi kerugian akibat barang atau jasa tersebut di kemudian hari.<sup>18</sup>

Selanjutnya, dalam Pasal 8 ayat (1) huruf g Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pada bagian perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dinyatakan jelas bahwa pelaku usaha dilarang untuk tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu. Dari segi konsumen, dalam Pasal 4 huruf a secara eksplisit disebutkan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi suatu barang yang dikaitkan apabila suatu makanan kemasan tanpa tanggal kadaluarsa dapat membahayakan kesehatan konsumen dan pada Pasal 4 huruf c secara eksplisit

---

<sup>18</sup> I Gede Eggy Bintang Pratama & I Ketut Sudjana, "*Perlindungan Konsumen Terhadap Makanan*", hal. 3

juga disebutkan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang dikaitkan dengan pencantuman tanggal kadaluarsa sebagai informasi dari kondisi terbaik suatu makanan kemasan.<sup>19</sup>

## **1.5.5 Penyelesaian Sengketa Konsumen**

### **1.5.5.1 Pengertian Penyelesaian Sengketa Konsumen**

UUPK pada dasarnya telah memberikan kesetaraan kedudukan konsumen dengan pelaku usaha, tetapi konsep perlindungan konsumen sebagai suatu kebutuhan harus senantiasa disosialisasikan untuk mencapai prinsip kesetaraan yang berkeadilan, dan untuk mengimbangi kegiatan pelaku usaha yang menjalankan prinsip ekonomi untuk mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin, yang dapat merugikan kepentingan konsumen

UUPK memberikan jalan alternative dengan menyediakan penyelesaian sengketa di luar pengadilan, melalui konsiliasi, mediasi dan arbitrase, hal ini ditujukan untuk mengatasi proses pengadilan yang lama dan formal, meskipun menurut Gary Goodpaster tidak selalu sengketa dapat efektif diselesaikan melalui proses mediasi.<sup>20</sup> Dalam Pasal 45 Ayat (4) UUPK membagi penyelesaian sengketa konsumen menjadi 2 bagian:

1. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan
  - a. Penyelesaian sengketa secara damai, oleh para pihak sendiri, konsumen dan Pelaku usaha/ produsen

---

<sup>19</sup> *Ibid*, 3-4

<sup>20</sup> Gary Goodpaster. *Negosiasi dan Mediasi: Sebuah Pedoman Negosiasi dan Penyelesaian Sengketa Melalui Negosiasi*, Jakarta: Ellips Project, 1993, hal. 73.

b. Penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dengan menggunakan mekanisme alternative dispute resolution, yaitu konsiliasi, mediasi dan arbitrase.

2. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan. Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti kerugian, atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Pola-pola penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan yang dikehendaki UUPK, merupakan pilihan yang tepat, karena jalan keluar yang dirumuskan berisikan penyelesaian yang memuaskan pihak yang sedang bersengketa. Gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh jika upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (selanjutnya disebut sebagai BPSK) tidak berhasil. Ini berarti penyelesaian sengketa melalui pengadilan tetap dibuka setelah para pihak gagal menyelesaikan sengketa mereka di luar pengadilan. Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen No 8 tahun 1999 membagi penyelesaian sengketa konsumen menjadi 2 bagian, yaitu:

1. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan.
2. Penyelesaian sengketa secara damai oleh para pihak sendiri dan penyelesaian sengketa melalui lembaga yang berwenang, yaitu melalui BPSK dengan menggunakan mekanisme melalui konsiliasi, mediasi atau arbitrase. Penyelesaian sengketa konsumen melalui proses litigasi. Pasal 45 Ayat (1) UUPK menyatakan setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku saha melalui lembaga BPSK atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum

## **Penyelesaian Sengketa Konsumen di Luar Pengadilan.<sup>21</sup>**

### **A. Penyelesaian Sengketa Konsumen Secara Damai Penyelesaian sengketa konsumen**

Sebagaimana dimaksud pada Pasal 43 Ayat (2) UUPK, tidak menutup kemungkinan dilakukannya penyelesaian secara damai oleh para pihak yang bersengketa, yaitu pelaku usaha dan konsumen, tanpa melalui pengadilan atau badan penyelesaian sengketa konsumen, dan sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang perlindungan konsumen. Bahkan dalam penjelasan pasal tersebut dikemukakan bahwa pada setiap tahap diusahakan untuk menggunakan penyelesaian damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa. Dalam penjelasan Pasal 45 Ayat (2) UUPK dapat diketahui bahwa UUPK menghendaki agar penyelesaian damai, merupakan upaya hukum yang justru harus terlebih dahulu diusahakan oleh para pihak yang bersengketa, sebelum para pihak memilih untuk menyelesaikan sengketa mereka melalui BPSK atau badan peradilan.

### **B. Penyelesaian Sengketa Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen/BPSK**

Pemerintah membentuk suatu badan baru, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen/ BPSK, untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan. Dengan adanya BPSK maka penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan secara cepat, mudah dan murah. Cepat karena undang-undang menentukan dalam tenggang waktu 21 hari kerja BPSK wajib memberikan putusannya (Pasal 55 UUPK). Lebih mudah karena prosedur administratif dan prosedur pengambilan putusan yang sangat sederhana, Murah karena biaya perkara yang terjangkau.

---

<sup>21</sup> TAMI RUSLI, *Jurnal Penyelesaian Sengketa Konsumen dan Pelaku Usaha Menurut Peraturan Perundang-Undangan*, Volume 3 Nomor 1 Maret 2012



Setiap konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha dapat mengadukan masalahnya kepada BPSK, baik secara langsung, diwakili kuasanya maupun oleh ahli warisnya. Pengaduan yang disampaikan oleh kuasanya atau ahli warisnya hanya dapat dilakukan apabila konsumen yang bersangkutan dalam keadaan sakit, meninggal dunia, lanjut usia, belum dewasa atau warga negara asing. Pengaduan tersebut dapat disampaikan secara lisan atau tulisan kepada sekretariat BPSK di kota/kabupaten tempat domisili konsumen atau di kota/kabupaten terdekat dengan domisili konsumen. Penyelesaian sengketa konsumen di BPSK diselenggarakan sematamata untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti kerugian dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terulang kembali kerugian yang direrita oleh konsumen.

Ukuran kerugian materi yang dialami konsumen ini didasarkan pada besarnya dampak dari penggunaan produk barang/ jasa tersebut terhadap konsumen. Bentuk jaminan yang dimaksud adalah berupa pernyataan tertulis yang menerangkan bahwa tidak akan terulang kembali perbuatan yang telah merugikan konsumen tersebut. Pada prinsipnya penyelesaian sengketa konsumen diusahakan dapat dilakukan secara damai, sehingga dapat memuaskan para pihak yang bersengketa (win-win solution).

#### **1.5.5.2 Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)**

Mengenai BPKN ini diatur dalam Pasal 31 sampai dengan Pasal 43 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah No. 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang selanjutnya

disebut BPKN adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) terdiri atas 15 orang sampai 25 orang anggota yang mewakili unsur : (1) Pemerintah, (2) Pelaku Usaha, (3) Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, (4) Akademisi, (5) Tenaga Ahli. Masa jabatan mereka adalah tiga tahun dan dapat diangkat kembali untuk satu kali masa jabatan berikutnya.<sup>22</sup>

Keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) ini diangkat oleh Presiden atas usul Menteri (bidang perdagangan) setelah dikonsultasikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat. Syarat-syarat keanggotaannya menurut Pasal 37 UUPK adalah :

1. Warga Negara Indonesia
2. Berbadan sehat
3. Berkelakuan baik
4. Tidak pernah dihukum karena kejahatan
5. Memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen
6. Berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.<sup>23</sup>

Menurut Pasal 38 UUPK, keanggotaan BPKN terhenti karena :

1. Meninggal dunia
2. Mengundurkan diri atas permintaan sendiri
3. Bertempat tinggal di luar wilayah Negara Republik Indonesia
4. Sakit secara terus menerus
5. Berakhir masa jabatan sebagai anggota atau

---

<sup>22</sup> Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT. Grasindo, Jakarta 2000, hal. 105

<sup>23</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta 2009, hal.

## 6. Diberhentikan.

Untuk melaksanakan tugas-tugasnya, BPKN dibantu oleh suatu sekretariat yang dipimpin oleh seorang sekretaris yang diangkat oleh Ketua BPKN. Sekretariat ini paling tidak terdiri atas lima bidang, yaitu (1) administrasi dan keuangan, (2) penelitian, pengkajian, dan pengembangan, (3) pengaduan, (4) pelayanan informasi, dan (5) kerjasama internasional.

BPKN berkedudukan di Jakarta dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden. Jika diperlukan, BPKN dapat membentuk perwakilan di ibukota provinsi. Fungsi BPKN memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Untuk menjalankan fungsi tersebut, badan ini mempunyai tugas (Pasal 34 UUPK) :

1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada Pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen
2. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen
3. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen
4. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
5. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen
6. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha
7. Melakukan survey yang menyangkut kebutuhan konsumen.

Pengaturan fungsi Badan Perlindungan Konsumen Nasional secara rinci dalam Pasal 34 ini cukup menggembirakan, mengingat kedudukannya yang kuat, yaitu sebagai badan yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden. Sebelumnya tugas ini, pada umumnya diemban oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Seperti diketahui YLKI bertujuan untuk melaksanakan berbagai kegiatan dalam bidang penelitian, bidang pendidikan, bidang penerbitan, warta konsumen, dan perpustakaan; bidang pengaduan; serta bidang umum dan keuangan.<sup>24</sup>

Pengaturan tugas-tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang banyak memiliki persamaan dengan tujuan YLKI, bersesuaian dengan harapan yang mengemuka dalam kongres konsumen sedunia di Santiago. Sudaryatmo menyatakan peran lembaga konsumen dalam suatu Negara sangat penting untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Begitu pentingnya peran lembaga konsumen ini, pada kongres konsumen sedunia di Santiago, sempat mengemuka tentang bagaimana peran lembaga konsumen dalam memfasilitasi konsumen memperoleh keadilan<sup>25</sup>. Kehadiran Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden, merupakan bentuk perlindungan dari arus atas (*top down*). Sementara arus bawah (*bottom-up*) dalam hal ini diperankan oleh lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang representative dapat menampung dan memperjuangkan aspirasi konsumen. Termasuk kategori arus bawah adalah YLKI, yang masih akan disinggung dalam uraian Pasal 44 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

---

<sup>24</sup> C. Tantri D dan Sulastrri, *Gerakan Organisasi Konsumen, Seri Panduan Konsumen*, Jakarta, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia-The Asian Foundation, 1995. hal, 10-15

<sup>25</sup> *Op.cit.*, hal 197

### **1.5.5.3 Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)**

Disamping diatur dalam Pasal 44 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perihal yang menyangkut LPKSM diatur juga dalam Peraturan Pemerintah No. 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. LPKSM adalah lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.

Berkaitan dengan implementasi perlindungan konsumen, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tugas dan wewenang LPKSM sebagaimana dalam Pasal 44 yakni sebagai berikut ;

1. Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat.
2. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.
3. Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan :
  - a. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa
  - b. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya
  - c. Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen
  - d. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen

- e. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Setelah diundangkannya Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, maka dalam Pasal 2 menentukan bahwa :

- 2) Pemerintah mengakui LPKSM yang memenuhi syarat, yakni terdaftar pada pemerintah Kabupaten/Kota dan bergerak di bidang perlindungan konsumen sebagaimana tercantum dalam anggaran dasarnya. Pendaftaran tersebut hanya dimaksudkan sebagai pencatatan dan bukan merupakan perizinan. Demikian pula, bagi LPKSM yang membuka kantor perwakilan atau cabang di daerah lain, cukup melaporkan kantor perwakilan atau cabang tersebut kepada Pemerintah Kabupaten/Kota setempat dan tidak perlu melakukan pendaftaran di tempat kedudukan kantor perwakilan atau cabang tersebut.
- 3) LKPSM sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat melakukan kegiatan perlindungan konsumen di seluruh wilayah Indonesia.
- 4) Tata cara pendaftaran LPKSM sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf a diatur lebih lanjut dalam keputusan Menteri. Ketentuan di atas secara tegas menyatakan bahwa pendaftaran hanya dimaksudkan sebagai pencatatan dan bukan merupakan perizinan. Sampai disini dapat dikatakan bahwa lembaga pendaftaran dimaksudkan hanya sebagai alat control bagi pemerintah yang tidak memberikan pengaruh apapun bagi independensi LPKSM.

Demikian pula dalam Penjelasan Umum Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001, yang menentukan bahwa untuk menjamin ketertiban, kepastian, dan keterbukaan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, maka LPKSM dipandang perlu untuk melakukan pendaftaran pada Pemerintah

Kabupaten/Kota. Pendaftaran tersebut dimaksudkan sebagai pencatatan bukan merupakan suatu perizinan. Pendaftaran cukup dilakukan pada salah satu Pemerintah Kabupaten/Kota di Indonesia. Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Kabupaten/Kota di seluruh Indonesia mengakui PLKSM yang telah melakukan pendaftaran tersebut. Hanya saja ketentuan ini masih harus diuji dalam pelaksanaannya, mengingat Pasal 10 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001, menentukan bahwa :

1. Pemerintah membatalkan pendaftaran LPKSM, apabila LPKSM tersebut :
  - a. Tidak lagi menjalankan kegiatan perlindungan konsumen; atau
  - b. Terbukti melakukan kegiatan pelanggaran ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan peraturan pelaksanaannya.
2. Ketentuan mengenai tata cara pembatalan pendaftaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diatur lebih lanjut dalam Keputusan Menteri. Kehadiran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dalam suatu Negara sangat penting untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen.

Dalam komentar tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) sebelumnya telah dikemukakan pentingnya 2 (dua) lembaga ini dalam memfasilitasi konsumen memperoleh keadilan. Keduanya secara simultan melakukan upaya perlindungan konsumen dari arus yang berbeda, yaitu LPKSM dari arus bawah yang kuat dan tersosialisasi secara luas di masyarakat dan sekaligus secara representative dapat menampung dan memperjuangkan aspirasi konsumen. Arus bawah tersebut, sebelum diundangkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen diperankan oleh Yayasan Lembaga Konsumen

Indonesia (YLKI). Sebaliknya, BPKN sebagai arus atas memiliki kekuasaan yang secara khusus diberikan undang-undang untuk mengurus perlindungan konsumen.<sup>26</sup>

#### **1.5.5.4 Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)**

Di Indonesia, gerakan Perlindungan Konsumen ditandai dengan berdirinya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada tanggal 11 Mei 1973. YLKI ini didirikan dengan tujuan untuk membantu konsumen Indonesia agar tidak dirugikan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Kehadiran Lembaga Konsumen terutama YLKI merupakan langkah maju dalam perlindungan konsumen, karena dalam upaya mencapai tujuannya YLKI melaksanakan berbagai kegiatan, yang dilakukan melalui beberapa bidang, yaitu :

- a. Bidang penelitian
- b. Bidang pendidikan
- c. Bidang penerbitan, Warta Konsumen dan Perpustakaan
- d. Bidang pengaduan
- e. Bidang umum dan Keuangan

Diantara kelima bidang di atas, empat diantaranya sangat terkait dengan perlindungan konsumen, yaitu bidang penelitian, pendidikan, penerbitan, warta konsumen dan perpustakaan; serta bidang pengaduan. Sedangkan bidang umum dan keuangan lebih terkait dengan Yayasan Lembaga Konsumen itu sendiri. Kegiatan bidang penelitian berguna bagi konsumen karena melalui bidang penelitian ini, YLKI akan memberikan informasi kepada konsumen mengenai

---

<sup>26</sup> *Ibid*, hal. 207

<sup>27</sup> *Ibid*, hal, 220



mutu barang secara objektif, sehingga konsumen dapat menentukan pilihannya terhadap suatu produk tertentu secara rasional.

Bidang penelitian ini biasanya melakukan penelitian dengan cara pengujian perbandingan terhadap suatu komoditi dari semua merek yang dapat ditemui dipasaran berdasarkan suatu parameter tertentu. Disamping itu, bidang penelitian juga dapat mengadakan pengujian jika ada pengaduan dari konsumen, banyaknya pertanyaan dari konsumen terhadap mutu suatu produk, adanya produk yang dicurigai mengandung bahan berbahaya, serta adanya produk baru yang diperkenalkan di masyarakat, sementara khasiat dan mutunya tidak jelas.

Demikian pula jika ada permintaan dari lembaga-lembaga tertentu. Hasil dari penelitian tersebut dipublikasikan kepada masyarakat. Bidang pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan konsumen, melakukan kegiatan yang berupa ceramah, penyusunan materi-materi penyuluhan konsumen, serta membimbing mahasiswa dan pelajar dalam membuat karya tulis yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Tujuan pendidikan konsumen ini adalah untuk mengubah perilaku konsumen. Pendidikan konsumen ini merupakan suatu proses untuk mengajarkan bagaimana membeli, menggunakan dan mengatur barang yang kadang-kadang sedikit, namun mampu untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Bidang ketiga yang menjadi tujuan YLKI adalah bidang penerbitan, warta konsumen dan perpustakaan. Bidang ini menerbitkan buku-buku yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, serta majalah warta konsumen yang berisi hasil-hasil penelitian yang dilakukan YLKI serta pengetahuan lain yang bermanfaat bagi konsumen.

Disamping itu juga terdapat perpustakaan yang dapat dijadikan sumber dalam mencari literatur mengenai hal-hal yang berkaitan dengan konsumen. Bidang yang juga tidak kalah pentingnya adalah bidang pengaduan, yang kegiatannya adalah menerima dan menyelesaikan keluhan dan ketidakpuasan konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang dibelinya/diperolehnya.

Di dalam kegiatan dan segala aktifitasnya tentu saja organisasi konsumen seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) bertindak dalam kapasitasnya selaku perwakilan konsumen (*consumer representation*). Walaupun demikian, keduanya memiliki tujuan yang sama, yaitu melayani dan meningkatkan martabat dan kepentingan konsumen. Pada tataran kebijakan (*policy*) ketika menangani pengaduan-pengaduan konsumen, organisasi konsumen sering dihadapkan pada konstruksi perwakilan. Artinya, organisasi konsumen seperti YLKI bertindak mewakili kepentingan-kepentingan dan pandangan-pandangan konsumen dalam suatu kelembagaan yang dibentuk, baik atas prakarsa produsen dan asosiaasinya maupun prakarsa pemerintah.<sup>28</sup>

#### **1.5.5.5 Yayasan Lembaga Perlindungan Konsumen Surabaya**

Yayasan Lembaga Perlindungan Konsumen (YLPK) Jawa Timur adalah lembaga swadaya masyarakat yang bergerak di bidang penelitian, pendidikan, pembinaan, perlindungan dan pemberdayaan konsumen Indonesia. Lembaga ini berbentuk yayasan berdasarkan akte pendiriannya, sebagai lembaga independen, non-politik, dan non-profit dengan kegiatan diantaranya:

1. Pengabdian pada masyarakat Penelitian dan
2. Pengembangan program
3. Strategi pemilihan prioritas kegiatan

---

<sup>28</sup> *Opcit*, hal. 124

4. Pengawasan peredaran produk barang dan/atau jasa di pasar
5. Advokasi perlindungan konsumen, informasi publik dan peningkatan pelayanan umum
6. Pelayanan kesehatan
7. Perumahan
8. Iklan
9. Gerakan konsumen dan gerakan perempuan

Yayasan Lembaga Perlindungan Konsumen Surabaya adalah lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPKSM) atas amanat yang terkandung dalam Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang diatur dengan Peraturan Pemerintah No. 59 tahun 2001 tentang lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat atau di kenal dengan Yayasan Lembaga Perlindungan Konsumen (YLPK) ini berfungsi sebagai penerima aspirasi atau keluhan konsumen yang dirugikan dan untuk menangani masalah penyelesaian sengketa konsumen dan pelaku usaha.dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi. Sehingga dapat membantu konsumen dalam menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha.Yayasan lembaga konsumen indonesia memiliki kegiatan yaitu memberikan dukungan dan penanganan pengaduan sebagai hal yang paling mendasar bagi kegiatan organisasinya, YLPK mengupayakan utuk terlibat dalam berbagai proses pengambilan keputusan yang dilakukan pemerintah,terutama untuk menjamin bahwa konsumen indonesia didukung oleh landasan hukum yang kuat.bidangpengaduan dan hukum YLPK memberikan bantuan gratis bagi

konsumen yang merasa tidak puas atas produk dan layanan yang diperoleh, serta memastikan hak-hak mereka. Adapun Visi dan Misi dari YLPK Surabaya yaitu:

1. Visi YLPK Surabaya adalah Membangun kesetaraan hak dan kewajiban antara konsumen dengan pelaku usaha guna terciptanya keunggulan kualitas produk barang dan atau produk jasa di pasar global.
2. Misi YLPK Jatim

**Pertama,** mendampingi, mendorong, mengadvokasi dan mengedukasi konsumen agar mendapatkan produk barang dan atau produk jasa yang tepat mutu, tepat waktu, tepat harga, tepat mutu barang dan atau pelayanan serta tepat mutu, tepat waktu, tepat harga, tepat mutu barang dan atau pelayanan serta tepat respons komplain yang disampaikan oleh konsumen.

**Kedua,** mengawasi, mengevaluasi dan mempublikasi pertumbuhan dan perkembangan pelaku usaha tentang produk barang dan atau produk jasa yang dipasarkan agar tetap terjaga ketepatan mutu, ketepatan waktu, ketepatan harga, ketepatan mutu barang dan atau pelayanan dan ketepatan perlindungan hukum terhadap komplain konsumen.

**Ketiga,** mengawal kebijakan publik yang berkaitan langsung dengan kepentingan perlindungan konsumen sehingga proses-proses kebijakan publik dapat menghasilkan output kebijakan bukan hanya pada kepentingan bisnis dan politis semata yang pada gilirannya akan membawa dampak negatif terhadap konsumen akhir secara masif.

Untuk memudahkan pengaduan, maka akan dijelaskan bagaimana prosedur untuk dapat mengadu ke YLKI / YLPK Jawa Timur dan bagaimana proses serta mekanisme penanganannya.

**Pertama**, cara yang dapat dilakukan untuk mengadu adalah melalui telepon atau E-Mail [admin@ylpkjatim.or.id](mailto:admin@ylpkjatim.or.id), klik [pengaduan@ylpkjatim.or.id](mailto:pengaduan@ylpkjatim.or.id), via surat atau datang langsung. Pengaduan melalui telepon dikategorikan menjadi dua yaitu

1. Hanya minta informasi atau saran (*advice*), maka telpon itu cukup dijawab secara lisan pula dan diberikan *advice* pada saat itu dan selesai.
2. Pengaduannya untuk ditindaklanjuti. Jika konsumen meminta pengaduannya ditindaklanjuti, maka si penelepon diharuskan mengirim surat pengaduan secara tertulis ke YLKI yang berisi :
  - a. Kronologis kejadian yang dialami sehingga merugikan konsumen.
  - b. Wajib mencantumkan identitas dan alamat lengkap konsumen.
  - c. Menyertakan barang bukti atau fotocopy dokumen pelengkap lainnya (kwitansi pembelian, kartu garansi, surat perjanjian, dll)
  - d. Apakah konsumen sudah pernah melakukan komplain ke pelaku usaha.

Jika belum pernah, maka konsumen dianjurkan untuk melakukan komplain secara tertulis ke pelaku usaha terlebih dahulu. Cantumkan tuntutan dari pengaduan konsumen tersebut

**Kedua**, setelah surat masuk ke YLKI / YLPK Jawa Timur, resepsionis penerima pengaduan mendaftarkan semua surat-surat yang masuk secara keseluruhannya (register I). Selanjutnya surat diberikan kepada Pengurus Harian setidaknya ada tiga yaitu (a) ditindaklanjuti/ tidak ditindaklanjuti (b) bukan sengketa konsumen (c) bukan skala prioritas. Surat di disposisikan ke Bidang Pengaduan Konsumen dilakukan register II Khusus sebagai data pengaduan.

**Ketiga**, setelah surat sampai ke personil yang menangani maka dilakukan seleksi administrasi disini berupa kelengkapan secara administrasi.

### **Proses Administrasi**

Langkah selanjutnya dilakukan setelah proses administrasi dan analisis substansi, yaitu korespondensi kepada pelaku usaha dan instansi terkait sehubungan dengan pengaduan konsumen.

Pada tahap pertama korespondensi dilakukan secara prosedural yaitu meminta tanggapan dan penjelasan mengenai kebenaran dan pengaduan konsumen tersebut. Di sini YLKI / YLPK Jawa Timur memberikan kesempatan untuk mendengarkan kedua belah pihak yaitu versi konsumen dan versi pelaku usaha. Tidak jarang dengan korespondensi ini kasus dapat diterima masing-masing pihak dengan memberikan jawaban surat secara tertulis ke YLKI / YLPK Jawa Timur yang isinya permintaan maaf kepada konsumen dan sudah dilakukan penyelesaian langsung kepada konsumennya.

Namun demikian, tidak menutup kemungkinan dalam korespondensi ini masing-masing pihak tidak menjawab persoalan dan bersikukuh dengan pendapatnya. Dalam kondisi ini YLKI / YLPK Jawa Timur mengambil inisiatif dan pro aktif untuk menjadi mediator. YLKI membuat surat undangan untuk mediasi kepada para pihak yang sedang bersengketa untuk mencari solusi terbaik.

### **Proses Mediasi**

YLKI / YLPK Jawa Timur memberi kesempatan kepada kedua belah pihak untuk menjelaskan duduk perkara yang sebenarnya tanpa boleh dipotong oleh pihak lain sebelum pihak pertama selesai memberikan penjelasan. Setelah masing-masing menyampaikan masalahnya, maka YLKI / YLPK Jawa Timur memberikan waktu untuk klarifikasi dan koreksi tentang apa yang disampaikan oleh masing-masing pihak.

Setelah permasalahannya diketahui, maka masing-masing pihak berhak menyampaikan opsi atau tuntutan yang diinginkan, sekaligus melakukan negosiasi atas opsi atau tuntutan tersebut untuk mencapai kesepakatan. Apabila telah dicapai kesepakatan, maka isi kesepakatan itu dituangkan dalam berita acara kesepakatan. Tahap akhir dari proses mediasi adalah mengimplementasikan hasil kesepakatan.

Dalam melakukan penyelesaian kasus secara mediasi, ada dua kemungkinan yang bisa terjadi yaitu :

1. Terjadinya kesepakatan berarti selesai
2. Tidak terjadi kesepakatan alias *deadlock*, artinya kasus selesai dalam tingkatan litigasi.

Dari pengalaman yang selama ini ditemui bidang pengaduan, mayoritas kasus dapat diselesaikan dengan tercapainya kesepakatan damai. Walau memang ada satu dua yang mengalami *deadlock*. Namun proses mediasi <sup>29</sup>lebih efektif dan memudahkan untuk segera terselesaikan kasus yang ada.

## 1.6 Metodologi Penelitian

### 1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penulisan ini adalah penelitian yuridis empiris yang dengan kata lain adalah jenis penelitian hukum sosiologis dan dapat disebut pula dengan penelitian lapangan, yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya di masyarakat.<sup>30</sup> Penelitian yuridis empiris merupakan suatu penelitian yang berupa studi-studi empiris untuk menemukan teori-teori mengenai proses terjadinya dan

<sup>29</sup> <http://ylpkjatim.or.id/visi-misi-ylpk-jatim/> (di akses tanggal 2 februari 2021, 11:00 wib)

<sup>30</sup>Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Jakarta: Sinar Grafika, 2002, hal.15

mengenai proses bekerjanya hukum di dalam masyarakat.<sup>31</sup> Dimulai dengan analisis terhadap permasalahan hukum baik yang berasal dari literatur maupun peraturan perundang-undangan, khususnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, peraturan pelaksanaannya dan peraturan lainnya yang terkait. Kemudian dilanjutkan dengan menggunakan data primer yang bertujuan menemukan hubungan antara beberapa gejala yang ditelaah.<sup>32</sup>

### 1.6.2 Sumber Data

Dalam jenis penelitian yang digunakan data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi daei suatu obyek, kejadian atau hasil pengujian (benda) dengan didukung oleh data sekunder melalui studi dokumen-dokumen, untuk memperoleh data yang diambil dari bahan kepustakaan. Jenis bahan hukum yang digunakan adalah :

#### 1. Bahan Hukum Primer :

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mengikat dan terdiri dari, Norma atau kaidah dasar, Peraturan Dasar, Peraturan Perundang-undangan, Bahan hukum yang tidak dikodifikasikan, Yurisdiksi.<sup>33</sup> Bahan hukum tersebut terdiri atas :

- a) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- b) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- c) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 Tentang Pangan
- d) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- e) Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan

---

<sup>31</sup>Joenadi Efendi, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Preradamedia Grup, Jakarta, 2016, hal. 150

<sup>32</sup>Soeryono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, cet.3, (Jakarta: UI-Press, 1989), hal.

<sup>33</sup>*Ibid*, hlm. 119



- f) Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 Tentang Keamanan, Bahan Hukum Sekunder:

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang dapat memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer.<sup>34</sup> Penjelasan tersebut dapat berupa:

- a. Hasil penelitian
  - b. Buku-buku teks yang membicarakan suatu atau berkaitan dengan permasalahan hukum, termasuk skripsi, tesis, dan disertai isu hukum.
  - c. Kamus-kamushukum
  - d. Jurnal-Jurnal hukum, dan
2. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah petunjuk atau penjelasan mengenai bahan hukum primer atau bahan hukum sekunder yang berasal dari kamus, majalah, dan sebagainya.<sup>35</sup>

### 1.6.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh bahan hukum yang diperlukan dalam penelitian proposal skripsi ini diperoleh dengan cara:

1. Observasi Di Lapangan

Suatu cara pengumpulan data dengan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap obyek yang diteliti di YLPK Surabaya. Observasi yang dilakukan dengan cara pengamatan dan pencatatan mengenai pelaksanaan yang ada dilapangan secara langsung.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu proses interaksi dan komunikasi yang dilakukan oleh pewawancara dan terwawancara untuk memperoleh informasi yang lengkap,

---

<sup>34</sup>*Ibid*, hlm. 158

<sup>35</sup>*Ibid*, hal. 53

dalam penelitian ini, penulis memilih untuk mewawancarai pegawai YLPK Surabaya..

### 3. Studi Pustaka/Dokumen

Studi dokumen merupakan langkah awal dari setiap penelitian hukum, studi dokumen bagi penelitian hukum meliputi studi bahan-bahan hukum yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.<sup>36</sup> Data kepustakaan yang diperoleh melalui penelitian keperpustakaan yang bersumber dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, dokumen resmi, publikasi dan hasil penelitian.<sup>37</sup>

#### 1.6.4 Metode Analisis Data

Penulis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data berupa metode analisis data kualitatif, yaitu penelitian yang menekankan kepada data-data yang diperoleh penulis dari buku-buku, artikel, jurnal ilmiah dan perundang-undangan.

#### 1.6.5 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini, penulis melakukan penelitian di YLPK Surabaya serta melakukan penelitian di berbagai ruang baca dan perpustakaan baik di dalam dan di luar fakultas hukum, perpustakaan universitas dan di luar universitas lain, dan perpustakaan daerah. Waktu penelitian ini adalah 4(Empat) bulan, dimulai dari bulan September 2020 sampai bulan Desember 2020 Penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan Mei pada tanggal 4 di minggu pertama, yang meliputi tahap persiapan penelitian yakni pengajuan judul (pra proposal), acc judul, permohonan surat ke Instansi, pencarian data, bimbingan penelitian, penulisan penelitian.

#### 1.6.6 Sistematika Penulisan

---

<sup>36</sup>Amirudin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010, Hlm. 68

<sup>37</sup>Zainuddin Ali, *Op.Cit*, Hlm. 107

Untuk mempermudah proposal skripsi ini, maka kerangka dibagi menjadi beberapa bab yang terdiri dari beberapa sub bab. Proposal skripsi dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP PRODUK SUSU UHT KADALUARSA (STUDY DI YLPK SURABAYA)”** Yang dalam pembahasannya dibagi menjadi IV (empat) bab, sebagaimana diuraikan secara menyeluruh tentang pokok permasalahan yang akan dibahas dalam proposal skripsi ini,

*Bab Pertama*, adalah sebagai bab pendahuluan, yang memuat latar belakang masalah dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian. Pendahuluan ini merupakan dasar pijakan untuk melangkah ke bab selanjutnya, pendahuluan ini ditulis dengan maksud sebagai pengantar untuk memudahkan pembaca agar mengerti garis besar permasalahan dalam proposal skripsi ini, metode penelitian yang digunakan adalah yuridis empiris.

*Bab Kedua* membahas dari rumusan masalah yang pertama mengenai Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha atas produk susu kadaluarsa yang terbagi menjadi dua Sub bab, Sub bab pertama membahas pelanggaran terhadap hak konsumen susu yang kadaluarsa dan sub bab kedua membahas tanggung jawab pelaku usaha atas produk susu kadaluarsa

*Bab Ketiga* membahas dari rumusan masalah kedua mengenai upaya penyelesaian oleh konsumen yang dirugikan atas produk susu UHT yang kadaluarsa terbagi menjadi dua Sub bab, Sub bab pertama membahas Upaya Penyelesaian Oleh Konsumen yang Dirugikan Atas Produk Susu Uht Kadaluarsa dan Sub bab kedua membahas tentang ganti rugi atas produk susu kadaluarsa

*Bab Keempat* merupakan penutup yang berisi kesimpulan dari keseluruhan pembahasan permasalahan dalam skripsi dan juga saran untuk permasalahan dalam skripsi.