BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan serta perkembangan perekonomian pada umumnya terhadap berbagai kemajuan yang terjadi pada bidang teknologi, industry, ekonomi, maupun perdagangan, mengakibatkan semakin banyak permasalahan yang terjadi di Negara kita, khususnya permasalahan perlindungan konsumen dalam bidang perindustrian dan perdagangan nasional yang telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat.

Hukum perlindungan konsumen dewasa ini mendapat cukup perhatian karena menyangkut aturan-aturan guna mensejahterakan masyarakat, bukan saja masyarakat selaku konsumen saja yang mendapat perlindungan, namun pelaku usaha juga mempunyai hak dan kewajiban. Pemerintah berperan mengatur, mengawasi, dan mengontrol, sehingga tercipta system yang kondusif saling berkaitan satu dengan yang lain dengan demikian tujuan mensejahterakan masyarakat secara luas dapat tercapai.

Perhatian terhadap perlindungan konsumen, terutama di Amerika Serikat (1960-1970) mengalami perkembangan yang sangat signifikan dan menjadi obyek kajian bidang ekonomi, social, politik, dan hukum. Banyak sekali artikel dan buku yang ditulis berkenaan dengan gerakan ini. Di Amerika Serikat bahkan pada era tahun-tahun tersebut berhasil diundangkan banyak peraturan dan dijatuhkan putusan-putusan hakim yang memperkuat kedudukan

konsumen. Focus gerakan perlindungan konsumen (konsumerisme) dewasa ini sebenarnya ini masih parallel dengan gerakan pertengahan abad ke 20, di Indonesia gerakan perlindungan konsumen menggema dari pergerakan serupa di Amerika Serikat. YLKI yang secara populer dipandang sebagai perintis advokasi konsumen di Indonesia berdiri pada kurun waktu itu, yakni 11 Mei 1973.

Istilah *consumer* itu sendiri tergantung dalam posisi dimana ia berada, secara harfiah arti kata *consumer* sendiri merupakan lawan dari produsen yang menggunakan baran, sebagai pembeli atau pemakai produk, setiap orang berharap mendapatkan yang terbaik dan sesuai dengan apa yang dibayarkan. Pada saat ini kegiatan perdagangan di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, dalam kegiatan usaha yang dilakukan para pihak konsumen maupun pelaku usaha sama-sama memiliki peluang untuk mendapatkan keuntungan apalagi pada era pasar bebas seperti saat ini.

Dalam era globalisasi setelah disahkannya persetujuan pembentukan organisasi perdagangan dunia atau *World Trade Organization* (WTO) oleh pemerintah Republik Indonesia berdasarkan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1994. Pengesahan tersebut memungkinkan produk-produk dari negara lain memenuhi pasar Indonesia, walaupun mempunyai sisi positif karena konsumen mempunyai banyak pilihan tentang produk mana yang betul-betul diinginkan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan.

Perlindungan konsumen merupakan bagian yang tidak 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 pada posisi yang lemah, hal ini dikarenakan konsumen menjadi objek aktivitas bisnis para pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan yang besar melalui promosi, cara penjualan serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen, dalam hal ini konsumen berada dalam posisi yang lemah, untuk melindungi konsumen dari posisi ini maka pemerintah membuat kebijakan yang tertuang dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Kondisi konsumen yang banyak dirugikan, memerlukan peningkatan upaya untuk melindunginya, sehingga hak-hak konsumen dapat ditegakkan, namun sebaliknya perlu diperhatikan bahwa dalam memberikan perlindungan kepada konsumen tidak boleh mematikan usaha produsen, karena keberadaan produsen merupakan suatu yang esensial dalam perekonomian Negara. Oleh karena itu, ketentuan yang memberikan perlindungan kepada konsumen juga harus diimbangi dengan ketentuan yang memberikan perlindungan kepada produsen, sehingga perlindungan konsumen tidak justru membalik kedudukan konsumen dari kedudukan yang lemah menjadi lebih kuat, dan sebaliknya produsen yang menjadi lemah. Disamping itu, untuk melindungi diri dari kerugian akibat adanya tuntutan dari konsumen, produsen juga dapat mengasuransikan tanggung gugatnya terhadap konsumen tersebut.

Expired Date atau biasa disebut batas waktu maksimal keamanan produk yang digunakan sebagai patokan atau batas waktu kelayakan suatu produk untuk dikonsumsi serta pelaku usaha wajib mencantumkan batas waktu maksimal keamanan produk (*expired date*). Namun masalah yang dihadapi konsumen tidak hanya sampai disana, persaingan global yang terjadi membuat produsen khususnya produk makanan menghalalkan segala cara untuk meraup keuntungan ataupun menghindari kerugian yang mengancam usahanya, salah satunya dengan cara memanipulasi batas waktu maksimal keamanan produk (*expired date*) pada produk makanan yang di jual.

Adanya Undang-undang Perlindungan Konsumen atau yang sering disebut dengan UUPK dimaksudkan agar dapat menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah maupun masyarakat khususnya para konsumen. Upaya pemerintah melalui pemberdayaan yang dilakukan melalui pembinaan dan pendidikan konsumen ini sangat penting karena bukan hal yang mudah mengharapkan kesadaran dari para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usaha mereka, yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Berkaitan dengan prinsip tersebut, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar pelaku usaha dalam menjalankan usahanya hanya menggunakan modal yang pas-pasan, akan tetapi selalu mmengharapkan keuntungan yang besar dengan cara berbuat curang, sehingga tidak jarang mereka selalu mengelabui konsumen dengan cara-cara yang tidak benar. Berdasarkan realita

tersebut dapat terlihat bahwa prinsip ini sangat merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung karena pelaku usaha secara tidak langsung telah menunjukkan itikad tidak baik ketika menjalankan usahanya seperti halnya memanipulasi batas waktu maksima keamanan produk (*expired date*) pada kemasan produk makanan yang bertujuan untuk memperkecil kerugian dan hal itu sangat membahayakan konsumen.

Berdasarkan hal-hal yang diuraikan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “**PERLINDUNGAN KONSUMEN AKIBAT KUE ARTIS X YANG DIMANIPULASI BATAS WAKTU MAKSIMAL KEAMANAN PRODUK (*EXPIRED DATE*) MENURUT UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (STUDI KASUS DI OUTLET KUE ARTIS X)**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggung gugat pelaku usaha terhadap konsumen kue artis X yang dirugikan akibat manipulasi batas waktu maksimal keamanan produk (*expired date*)?
2. Bagaimana upaya hukum konsumen akibat manipulasi batas waktu maksimal keamanan produk (*expired date*) pada kue artis X?

1.3 Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui tanggung gugat pelaku usaha terhadap konsumen kue artis X yang dirugikan akibat manipulasi batas waktu maksimal keamanan produk (*expired date*).
2. Untuk mengetahui bagaimana upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen akibat manipulasi batas waktu maksimal keamanan produk (*expired date*) kue artis X.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat yang hendak dicapai dari penelitian ini baik bagi penyusun maupun bagi pihak lainnya adalah untuk:

1. Manfaat Teoritis:

Hasil Penelitian ini diharapkan sebagai bahan referensi bagi para peneliti berikutnya yang tertarik dalam bidang perlindungan konsumen, khususnya yang membahas masalah batas waktu maksimal keamanan produk (*expired date*) yang dimanipulasi.

2. Manfaat Praktis:

Diharapkan Karya Ilmiah ini dapat menjadi masukan bagi para pihak yang berkepentingan dalam bidang perlindungan konsumen, baik itu sebagai peneliti, pengusaha, pengacara atau aparat penegak hukum dalam bidang Perlindungan Konsumen serta masyarakat umum yang berminat mengetahui persoalan-persoalan yang berkaitan dengan batas waktu maksimal keamanan produk (*expired date*) yang dimanipulasi.

1.5 Kajian Pustaka

1.5.1 Tinjauan Umum Tentang Hukum Perlindungan Konsumen

Negara-negara yang sekarang ini disebut Negara maju telah menempuh pembangunannya melalui tiga tingkat: unifikasi, industrialisasi, dan Negara kesejahteraan. Pada tingkat pertama yang menjadi masalah berat adalah bagaimana mencapai integrasi politik untuk menciptakan persatuan dan kesatuan nasional. Tingkat kedua, perjuangan untuk pembangunan ekonomi dan modernisasi politik. Akhirnya pada tingkat ketiga tugas Negara yang terutama adalah melindungi rakyat dari sisi negatif industrialisasi, mmembetulkan kesalahan-kesalahan pada tahap-tahap sebelumnya dengan menekankan kesejahteraan masyarakat¹.

Revolusi industri di Inggris yang dimulai pada abad ke-18 kiranya dapat dianggap sebagai awal dari proses perubahan pola kehidupan masyarakat yang semula merupakan masyarakat agraris menjadi masyarakat industri. Berkembang dan semakin majunya teknologi kemudian mendorong pula peningkatan volume produksi barang dan jasa. Perkembangan ini juga mengubah hubungan antara penyedia produk dan pemakai produk yang semakin berjarak. Produk barang dan jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia

¹ Celine Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2017, hal.

semakin lama semakin canggih, sehingga timbul kesenjangan terhadap kebenaran informasi dan daya tanggap konsumen. Kondisi tersebut kemudian menempatkan konsumen dalam posisi yang lemah.

Perlindungan konsumen harus mendapat perhatian yang lebih, karena investasi asing telah menjadi bagian pembangunan ekonomi Indonesia, dimana ekonomi Indonesia juga telah berkait ekonomi dunia, persaingan perdagangan internasional dapat membawa implikasi negative bagi perlindungan konsumen. Posisi konsumen yang lemah maka harus dilindungi oleh hukum dan salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum itu adalah memberikan perlindungan kepada masyarakat.²

Peranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.³

1.5.1.1 Sejarah Perlindungan Konsumen di Indonesia

Pengaturan tentang perlindungan konsumen di Indonesia telah dimulai sejak zaman Hindia Belanda, sebagian besar peraturan-peraturan tersebut pada saat ini sudah tidak berlaku

² *Ibid*, hal 4.

³ C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil, *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, 2015, hal. 210.

lagi. Beberapa peraturan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen pada saat itu antara lain:

1. *Reglement Industriële Eigendom*, S. 1912-545, jo. S. 1913 No. 214;
2. *Hinder Ordonantie* (Ordonansi Gangguan), S. 1926-226 jo. S. 1927-449, jo. S. 1940-14 dan 450;
3. *Loodwit Ordonantie* (Ordonansi Timbal Karbonat), S. 1931 No. 28;
4. *Tin Ordonantie* (Ordonansi Timah Putih), S. 1931-509;
5. *Vuurwerk Ordonantie* (Ordonansi Petasan), S. 1932-14;
6. *Verpakkings Ordonantie* (Ordonansi Kemasan), S. 1935 No. 161;
7. *Ordonantie Op de Slacth Belasting* (Ordonansi Pajak Sembelih), S. 1936-671;
8. *Sterkwerkkannde Geneesmiddelen Ordonantie* (Ordonansi Obat Keras), S. 1937-641;
9. *Bedrijfsrelementerings Ordonantie* (Ordonansi Penyaluran Perusahaan), S. 1938-86.⁴

Pada sisi lain, dalam beberapa kitab undang-undang juga terdapat beberapa ketentuan yang dapat digunakan untuk melindungi konsumen, yaitu:

1. KUHPer: Bagian 2, Bab V, Buku II mengatur tentang kewajiban penjual dalam perjanjian jual beli;
2. KUHD: Tentang pihak ketiga yang harus dilindungi, tentang perlindungan penumpang/barang muatan pada hukum maritim, ketentuan mengenai perantara, asuransi, surat berharga, kepailitan, dan sebagainya;
3. KUH Pidana: Tentang pemalsuan, penipuan, pemalsuan merek, persaingan curang, dan sebagainya.

Hiruk pikuk gerakan perlindungan konsumen di Indonesia Mulai terdengar dan populer pada tahun 1970-an, yakni dengan

⁴ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta, 2013, hal. 32.

berdirinya lembaga swadaya masyarakat. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada bulan Mei 1973, organisasi ini untuk pertama kalinya dipimpin oleh Lasmidjah Hardi.⁵ Organisasi lembaga swadaya masyarakat yang bergerak di bidang perlindungan konsumen, tentu saja dalam aktivitasnya bertindak selaku perwakilan konsumen yang bertujuan untuk melayani dan meningkatkan martabat dan kepentingan konsumen.

Pada awalnya YLKI berdiri berdasarkan rasa mawas diri terhadap promosi hasil produksi barang-barang dalam negeri. Pada tahun 1972, Lasmidjah Hardi memimpin kegiatan pekan swakarya, yang berupa aksi promosi terhadap berbagai barang dalam negeri. Setelah swakarya 1 muncul desakan masyarakat, bahwa kegiatan promosi harus diimbangi dengan langkah-langkah pengawasan, agar masyarakat tidak dirugikan dan kualitas barang terjamin. Dari ajang pekan swakarya ini lahir YLKI yang ide-idenya dituangkan dalam anggaran dasar YLKI di hadapan Notaris G.H.S Loemban Tobing, S.H. dengan akta nomor 26, 11 Mei 1973.⁶

⁵ *Ibid*, hal. 34.

⁶ *Ibid*, hal. 35.

Yayasan ini sejak semula tidak ingin berkonfrontasi dengan pelaku usaha, apalagi dengan pemerintah. Hal ini dibuktikan oleh YLKI dengan menyelenggarakan pekan promosi swakarya II dan III. Kegiatan ini akhirnya benar-benar dimanfaatkan oleh kalangan pelaku usaha dalam negeri. Dalam suasana kerjasama ini kemudia YLKI melahirkan motto; “Melindungi Konsumen, Menjaga Martbat Produsen, dan Membantu Pemerintah”.

Setelah munculnya YLKI, muncul beberapa organisasi yang berbasis perlindungan konsumen. Pada Februari 1988, berdiri Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di semarang dan bergabung sebagai anggota Consumers Internasional (CI) tahun 1990. Hingga saat ini cukup banyak lembaga swadaya masyarakat serupa yang berorientasi pada kepentingan pelayanan konsumen. Selanjutnya, pergerakan pemberdayaan konsumen semakin gencar, baik melalui ceramah, seminar, tulisan, dan media masa. Gerakan konsumen Indonesia termasuk yang diprakarsai YLKI mencatat prestasi besar setelah naskah akademik UUPK berhasil dibawa ke DPR, yang akhirnya disahkan menjadi Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan

Konsumen pada tanggal 20 April 1999.⁷ Pembentukan Undang-undang Perlindungan Konsumen tersebut tidak terlepas dari dinamika politik di Indonesia. Iklim politik yang lebih demokratis ditandai dengan gerakan reformasi yang dikomandoi oleh mahasiswa dan ditandai dengan pergantian presiden Republik Indonesia dari Soeharto kepada B.J. Habibie. Kehidupan yang demokratis mulai diperjuangkan bersamaan dengan tuntutan untuk mewujudkan Undang-undang Perlindungan Konsumen semakin kuat.

Di lain pihak, faktor yang juga turut mendorong pembentukan Undang-undang Perlindungan Konsumen di Indonesia adalah perkembangan system perdagangan global yang dikemas dalam kerangka World Trade Organization (WTO), maupun program International Monetary Fund (IMF) dan Program Bank Dunia. Keputusan Indonesia untuk meratifikasi perjanjian perdagangan dunia diikuti dengan dorongan terhadap pemerintah Indonesia untuk melakukan harmonisasi hukum nasional dengan hukum internasional di bidang perdagangan.

⁷ *Ibid*, hal. 36.

1.5.1.2 Pengertian Perlindungan Konsumen

Berkaitan dengan perlindungan konsumen, konsumen sebagai istilah yang sering dipergunakan dalam percakapan sehari-hari, merupakan istilah yang perlu untuk diberikan batasan pengertian agar dapat mempermudah pembahasan tentang perlindungan konsumen. Berbagai pengertian tentang konsumen yang dikemukakan baik dalam Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sebagai upaya ke arah terbentuknya Undang-Undang Perlindungan Konsumen maupun dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Perlindungan konsumen merupakan perangkat hukum yang diciptakan untuk melindungi hak konsumen atau bisa disebut juga segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.⁸ Sedangkan pengertian konsumen dalam Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang diajukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, konsumen adalah pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, bagi kepentingan diri sendiri atau keluarganya atau orang lain yang

⁸ H. U. Adil Samadani, *Dasar-Dasar Hukum Bisnis*, Mitra Wacana Media, Jakarta, 2013, hal. 186.

tidak untuk diperdagangkan kembali.⁹ Sedangkan pengertian konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen sendiri 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.¹⁰

Pengertian konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini lebih luas daripada pengertian konsumen pada Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, karena dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga meliputi pemakaian barang untuk kepentingan makhluk hidup lain. Hal ini berarti bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat memberikan perlindungan kepada konsumen yang bukan manusia (hewan, maupun tumbuh-tumbuhan).

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri.¹¹ Menurut pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang

⁹ Ahmad Miru, *Prinsip Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Rajawali Pers, Depok, 2017, hal. 20.

¹⁰ *Ibid*

¹¹ Zulham, *Op.Cit*, hal. 21.

Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Dalam bukunya, *Pengantar Hukum Bisnis*, Munir Fuady mengemukakan bahwa konsumen adalah pengguna akhir dari suatu produk, yaitu setiap 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.¹²

Hukum perlindungan konsumen merupakan salah satu bagian dari hukum konsumen yang memuat berbagai asas-asas dan kaidah-kaidah yang memiliki sifat mengatur serta melindungi kepentingan bagi para konsumen agar mereka tidak selalu menderita kerugian akibat ulah para produsen nakal atas barang atau jasa yang diproduksinya. Berkaitan dengan hal tersebut, maka dapat diketahui bahwa hukum perlindungan konsumen ini tentu tidak dapat berdiri sendiri sebagai suatu sistem melainkan harus terintegrasi juga ke dalam suatu sistem perekonomian, yang mana didalamnya juga terlibat para produsen atau pengusaha.

¹² Abdul R. Saliman, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus*, Kencana, Jakarta, 2015, hal. 202.

Pada dasarnya, baik hukum perlindungan konsumen maupun hukum konsumen membicarakan hal yang sama, yaitu kepentingan hukum (hak-hak konsumen). Bagaimana hak-hak konsumen itu diatur dan diakui didalam hukum serta bagaimana ditegakkan dalam praktik hidup bermasyarakat. Dengan demikian, hukum perlindungan konsumen atau hukum konsumen dapat diartikan sebagai keseluruhan peraturan hukum yang mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan satu sama lain.

1.5.1.3 Tujuan dan Asas Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen bertujuan untuk memberikan kepastian dan keseimbangan hukum antara produsen dan konsumen sehingga terwujud suatu perekonomian yang sehat dan dinamis sehingga terjadi kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. Maka Perlindungan Konsumen oleh pemerintah mutlak dilakukan, begitupun dengan produsen harusnya memiliki kesadaran atas perlindungan konsumen. Jangan sampai karena pemerintah kurang tanggap dan ulah produsen nakal akan mengakibatkan korban dan kerugian bagi konsumen yaitu masyarakat.

Tujuan perlindungan konsumen diatur dalam pasal 3 Undang-undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu sebagai berikut:

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

Berkaitan dengan tujuan di atas, ada sejumlah asas yang terkandung di dalam usaha memberikan perlindungan hukum kepada konsumen. Perlindungan hukum konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama seluruh pihak yang terkait, masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah berdasarkan lima asas yang menurut pasal 2 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini adalah:

1. Asas Manfaat

Mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Asas ini menghendaki bahwa

pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak diatas pihak lain atau sebaliknya, tetapi untuk memberikan kepada masing-masing pihak, produsen, pelaku usaha, dan konsumen apa yang menjadi haknya. Dengan demikian diharapkan bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat dan pada gilirannya bermanfaat bagi kehidupan berbangsa.

2. Asas Keadilan

Dengan adanya 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. Asas ini menghendaki bahwa melalui pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen ini. Konsumen dan produsen dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan penunaian kewajiban secara seimbang.

3. Asas Keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual. Asas ini menghendaki agar konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen. Kepentingan antara konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah diatur dan harus diwujudkan secara seimbang sesuai dengan hak dan kewajibannya masing-masing.

4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen. Asas ini menghendaki adanya jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi/dipakainya, dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengancam ketentraman dan keselamatan jiwa dan harta bendanya. Oleh karena

itu, Undang-undang ini membebankan sejumlah kewajiban yang harus dipenuhi dan menetapkan sejumlah larangan yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.

5. Asas Kepastian Hukum

Dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum. Artinya Undang-undang ini mengharapkan bahwa aturan-aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung di dalam Undang-undang ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari sehingga masing-masing pihak memperoleh keadilan. Oleh karena itu, Negara bertugas dan menjamin terlaksananya undang-undang ini sesuai dengan bunyinya.¹³

1.5.1.4 Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Keperdataan

Yang dimaksud hukum perdata yakni dalam arti luas, termasuk hukum perdata, hukum dagang serta kaidah-kaidah

¹³ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hal. 27.

keperdataan yang termuat dalam berbagai peraturan perundang-undangan lainnya. Kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah hukum antara pelaku usaha penyedia barang dan/atau penyelenggara jasa dengan konsumennya masing-masing termuat dalam:

1. KUH Perdata, terutama dalam Buku kedua, ketiga, dan keempat;
2. KUHD, Buku kesatu dan Buku kedua;
3. Berbagai peraturan perundang-undangan lain yang memuat kaidah-kaidah hukum bersifat perdata tentang subjek-subjek hukum, hubungan hukum dan masalah antara penyedia barang atau penyelenggara jasa tertentu dan konsumen.¹⁴

Beberapa hal yang dinilai penting dalam hubungan konsumen dan pelaku usaha antara lain sebagai berikut.

1. Hal-hal yang berkaitan dengan informasi

Hak atas informasi ini sangat penting, karena tidak memadai informasi yang disampaikan kepada konsumen ini dapat juga merupakan salah satu bentuk cacat produk, yaitu yang dikenal dengan cacat instruksi atau cacat karena informasi yang tidak memadai. Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena

¹⁴ Ceiline Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit*, hal. 69.

dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang inginkan/sesuai kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan. Informasi-informasi tersebut meliputi tentang ketersediaan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat atau konsumen tentang kualitas produk, keamanan produk, harga, tentang berbagai persyaratan dan/atau cara memperolehnya, tentang jaminan atau garansi produk, tersedianya pelayanan jasa purna-jual, dan lain-lain yang berkaitan dengan itu.¹⁵

Informasi dari kalangan pemerintah dapat diserap dari berbagai penjelasan, siaran, keterangan, penyusun peraturan perundang-undangan secara umum atau dalam rangka deregulasi. Dari sudut peraturan perundang-undangan terlihat informasi itu termuat sebagai suatu keharusan, beberapa diantaranya ditetapkan harus dibuat, baik secara dicantumkan atau dimuat dalam wadah atau pembungkusnya (antara lain label dari produk makanan dalam kemasan). Sedangkan untuk produk

¹⁵ *Ibid*, hal. 70.

hasil industry lainnya, informasi tentang produk itu terdapat dalam bentuk standar yang ditetapkan oleh pemerintah, standat internasional, atau standar lain yang ditetapkan oleh pihak yang berwenang.

Dari kalangan pelaku usaha, sumber-sumber informasi itu umumnya terdiri dari berbagai bentuk iklan baik melalui media nonelektronik atau elektronik, label termasuk pembuatan berbagai selebaran, seperti brosur, pamphlet, katalog, dan lain-lain sejenis dengan itu. Bahan-bahan informasi ini pada umumnya disediakan atau dibuat oleh kalangan usaha dengan tujuan memperkenalkan produknya, mempertahankan, dan/atau meningkatkan pangsa pasar produk yang telah dan/atau ingin lebih lanjut diraih, adapun label merupakan informmasi yang diwajibkan oleh peraturan perundang-undangan tertentu.¹⁶

2. Beberapa Bentuk Informasi

Diantara berbagai informasi tentang barang dan jasa yang diperlukan konsumen, yang paling berpengaruh pada saat ini adalah informasi yang

¹⁶ *Ibid*, hal. 70-71.

bersumber dari kalangan pelaku usaha, terutama dalam bentuk iklan atau label tanpa mengurangi pengaruh dari berbagai bentuk informasi pengusaha lainnya.¹⁷

a. Tentang Iklan

Iklan adalah bentuk informasi yang umumnya bersifat sukarela, sekalipun pada akhirnya ini termasuk juga yang diatur dalam Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen (Pasal 9, 10, 12, 13, 17, dan 20).¹⁸

KUH Perdata dan/atau KUHD diumumkan pada tanggal 30 April 1847 dalam staatsblad No. 23 dengan segala tambahan dan/atau perubahannya, tidak memberikan pengertian dan/atau memuat kaidah-kaidah tentang periklanan. Satu-satunya ketentuan termuat dalam KUH Perdata yang tampaknya dapat digunakan adalah ketentuan tentang perbuatan melanggar hukum (pasal 1365 KUH Perdata) yaitu sepanjang

¹⁷ *Ibid*, hal. 71.

¹⁸ *Ibid*.

iklan tertentu menimbulkan kerugian pada pihak-pihak lain.

Menurut ketentuan dari UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 9 ayat (1) berbunyi:

“Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, meng-iklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah...”

Sayangnya dalam Undang-undang ini tidak dicantumkan apa yang dimaksud dengan iklan. Yang terdapat dalam perundang-undangan ini hanyalah berbagai larangan dan suruhan berkaitan dengan periklanan saja. Setidaknya terdapat dua batasan iklan, yang satu ditetapkan oleh Departement Kesehatan dan yang lainnya oleh system penyiaran nasional.

b. Tentang Label

Informasi produk konsumen yang bersifat wajib ini, ditetapkan dalam berbagai peraturan perundang-undangan. Pengaturan tentang informasi yang disebut dengan berbagai istilah

seperti penandaan, label, atau etiket.¹⁹ Informasi produk konsumen dapat ditemukan dalam penandaan atau informasi lain, seperti iklan ndalam segala bentuk dan/atau kreativitasnya, tetapi dengan batas-batas minimum sehingga tidak menyesatkan atau menipu. Pada penandaan label atau etiket pemuatan informasi yang bersifat wajib dilakukan dengan sanksi-sanksi administrative tertentu apabila tidak dipenuhi persyaratan-persyaratan label tersebut.

Hal ini berkaitan dengan bahan informasi yang selalu mengusik adalah mengapa suatu hasil uji laboratoris produk konsumen tidak disiarkan kepada masyarakat agar mereka mengetahui bermutu atau bergizi tidaknya suatu produk konsumen.

1.5.1.5 Prinsip-prinsip Perlindungan Konsumen

1. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kelalaian/Kesalahan

Tanggung jawab berdasarkan kelalaian adalah prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, yaitu suatu

¹⁹ *Ibid*, hal. 74.

tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku pelaku usaha.²⁰ Kelalaian pelaku usaha yang berakibat pada munculnya kerugian konsumen merupakan factor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan gugatan ganti rugi kepada pelaku usaha. Disamping factor kesalahan dan kelalaian pelaku usaha, tuntutan ganti rugi tersebut juga diajukan dengan bukti-bukti lain, yaitu:

- a. Pihak tergugat merupakan produsen yang benar-benar mempunyai kewajiban untuk melakukan tindakan yang dapat menghindari kerugian konsumen.
- b. Produsen tidak melaksanakan kewajibannya untuk menjamin kualitas produk sesuai dengan standar yang aman untuk dikonsumsi atau digunakan.
- c. Konsumen menderita kerugian
- d. Kelalaian produsen merupakan factor yang mengakibatkan timbulnya kerugian bagi konsumen.²¹

2. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Wanprestasi

Tanggung jawab produsen berdasarkan wanprestasi juga merupakan bagian dari tanggung jawab berdasarkan kontrak, dengan demikian suatu produk yang rusak dan mengakibatkan kerugian maka konsumen melihat isi kontrak, baik tertulis maupun tidak tertulis. Keuntungan konsumen dalam teori ini adalah penerapan kewajiban yang sifatnya mutlak, yaitu kewajiban yang tidak

²⁰ Zulham, *Opcit*, hal. 83.

²¹ *Ibid*, hal. 84.

didasarkan pada upaya yang telah dilakukan pelaku usaha untuk memenuhi janjinya.²² Artinya, walaupun pelaku usaha telah berupaya memenuhi kewajiban dan janjinya, tetapi konsumen tetap mengalami kerugian, maka pelaku usaha tetap dibebani tanggung jawab untuk mengganti kerugian. Namun kelemahan teori ini dalam perlindungan hukum bagi kepentingan konsumen yaitu pembatasan eaktu gugatan, persyaratan pemberitahuan, kemungkinan adanya bantahan, dan persyaratan hubungan kontrak.²³

3. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak

Secara umum hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen merupakan hubungan yang terus menerus dan berkesinambungan. Hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen karena keduanya menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi.²⁴ Hubungan tersebut terjadi sejak proses produksi, distribusi, pemasaran, dan penawaran hingga pada akibat mengkonsumsi produk tersebut.

²² *Ibid*, hal. 92.

²³ Zulham, *Op.Cit*, hal. 93.

²⁴ *Ibid*, hal. 95.

Tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen dirasa sangat penting, paling tidak didasarkan pada empat alasan, yaitu:

1. Tanggung jawab mutlak merupakan instrument hukum yang relatif masih baru untuk memperjuangkan hak konsumen memperoleh ganti kerugian.
2. Tanggung jawab mutlak merupakan bagian dan hasil dari perubahan hukum di bidang ekonomi, khususnya industry dan perdagangan yang dalam praktiknya sering menampakkan kesenjangan antara standar yang diterapkan di Negara yang satu dengan Negara lainnya.
3. Penerapan prinsip tanggung jawab mutlak melahirkan masalah baru bagi pelaku usaha, yaitu bagaimana pelaku usaha menangani gugatan konsumen.
4. Indonesia merupakan contoh yang menggambarkan dua kesenjangan yang dimaksud, yaitu antara standar norma dalam hukum positif dan kebutuhan perlindungan kepentingan dan hak-hak konsumen.

Prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen secara umum digunakan untuk menjerat pelaku usaha yang memasarkan produknya yang merugikan konsumen. Selanjutnya asas tersebut dikenal dengan nama *product liability*, menurut asas ini pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen atas penggunaan produk yang dipasarkannya.²⁵

1.5.1.6 Hak dan Kewajiban Konsumen

1. Hak Konsumen

Istilah Perlindungan Konsumen berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan terlebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identic dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen. Secara umum terdapat empat hak dasar konsumen, yaitu:

1. Hak untuk mendapatkan keamanan;
2. Hak untuk mendapatkan informasi;

²⁵ Zulham, *Op.Cit*, hal. 97.

3. Hak untuk memilih;
4. Hak untuk didengar.²⁶

Empat hak dasar ini diakui secara internasional. Dalam perkembangannya organisasi-organisasi konsumen yang terbangun dalam *The International Organization Of consumer Union* (IOCU) menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.

Langkah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen harus diawali dengan upaya untuk memahami hak-hak pokoknya konsumen, yang dapat dijadikan sebagai landasan perjuangan untuk mewujudkan hak-hak tersebut. Hak konsumen sebagaimana tertuang dalam pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi 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;

²⁶ Ceiline Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit*, hal. 30.

- 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 sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.²⁷

Hak-hak konsumen sebagaimana disebut di atas dapat dijelaskan sebagai Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan mengandung pengertian bahwa konsumen berhak mendapatkan produk yang nyaman, aman, dan yang memberi keselamatan. Maka konsumen harus dilindungi dari segala bahaya yang mengancam keselamatan, kesehatan, dan jiwa karena mengonsumsi suatu produk makanan. Setiap produk, baik dari segi komposisi bahan, konstruksi, maupun kualitasnya harus diarahkan untuk mempertinggi rasa kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

²⁷ *Ibid*, hal. 32.

2. Kewajiban Konsumen

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
3. Membayar dengan sesuai nilai tukar yang disepakati.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.²⁸

1.5.2 Tinjauan Umum Tentang Pelaku Usaha

1.5.2.1 Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Dalam pengertian ini termasuk di dalamnya pembuat, grosir, dan pengecer, yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen.²⁹ Dengan demikian, pelaku usaha tidak hanya diartikan sebagai pelaku usaha pembuat yang menghasilkan produk saja, tetapi mereka juga yang terkait dengan penyampaian/peredaran produk hingga sampai ke tangan konsumen.

Pasal 1 angka 3 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak memakai istila

²⁸ Abdul R. Saliman, *Op.Cit*, hal. 205.

²⁹ Janus Sidabalok, *Op.Cit*, hal. 13.

produsen, tetapi memakai istilah lain yang kurang lebih memiliki arti yang sama, yaitu pelaku usaha yang berbunyi:

“Pelaku usaha adalah setiap 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.”

Dalam pengertian ini, termasuklah perusahaan (korporasi) dalam segala bentuk dan bidang usahanya, seperti BUMN, koperasi, dan perusahaan swasta, baik berupa pabrik, importir, pedagang eceran, distributor, dan lain-lain. Sebagai penyelenggara kegiatan usaha, pelaku usaha adalah pihak yang harus bertanggung jawab atas akibat-akibat negatif berupa kerugian yang ditimbulkan oleh usahanya terhadap pihak ketiga, yaitu konsumen.³⁰ Pengertian pelaku usaha di atas merupakan pengertian yang sangat luas karena meliputi segala bentuk usaha, sehingga akan memudahkan konsumen, dalam arti banyak pihak yang dapat digugat, namun akan lebih baik lagi seandainya UUPK tersebut memberikan rincian sebagaimana dalam *directive*, sehingga konsumen dapat lebih mudah lagi untuk menentukan kepada siapa ia akan

³⁰ *Ibid*, hal. 14.

mengajukan tuntutan jika ia dirugikan akibat penggunaan produk.³¹

Dalam pasal 3 *Directive* ditentukan bahwa:

1. Pelaku usaha berarti pembuat produk akhir, pelaku usaha dari setiap bahan mentah, atau pembuat dari suatu suku cadang dan setiap orang yang memasang nama, mereknya atau suatu tanda pembedaan yang lain pada produk, menjadikan dirinya sebagai pelaku usaha;
2. Tanpa mengurangi tanggung gugat pelaku usaha, maka setiap orang yang mengimpor suatu produk untuk dijual, dipersewakan, atau untuk *leasing*, atau setiap bentuk pengedaran dalam usaha perdagangannya dalam masyarakat eropa, akan dipandang sebagai pelaku usaha dalam arti *directive* ini, dan akan bertanggung gugat sebagai pelaku usaha;
3. Dalam hal pelaku usaha suatu produk tidak dikenal identitasnya, maka setiap supplier akan bertanggung gugat sebagai produsen, kecuali ia memberitahukan orang yang menderita kerugian dalam waktu yang tidak terlalu lama mengenai identitas pelaku usaha atau orang yang menyerahkan produk itu kepadanya. Hal yang sama

³¹ Ahmad Miru, *Op.Cit*, hal. 22.

berlaku dalam kasus barang/produk impor, jika produk yang bersangkutan tidak menunjukkan identitas importir sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (2), sekalipun nama pelaku usaha dicantumkan.³²

1.5.2.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pelaku usaha merupakan salah satu komponen yang turut bertanggung jawab dalam mengusahakan tercapainya kesejahteraan rakyat. Dunia usaha harus mampu menghasilkan berbagai barang dan/atau jasa yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dengan pemastiann terhadap mutu, jumlah yang mencukupi, serta keamanan pada pemakai barang dan/atau jasa yang diedarkan di pasaran. Untuk tujuan inilah maka didalam berbagai peraturan perundang-undangan dibebankan sejumlah hak dan kewajiban serta hal-hal yang menjadi tanggung jawab pelaku usaha.

Dalam kegiatan menjalankan usaha, undang-undang memberikan sejumlah hak dan membebaskan sejumlah kewajiban dan larangan kepada pelaku usaha. Pengaturan tentang hak dan kewajiban, dan larangan ini dimaksudkan untuk menciptakan hubungan yang sehat antara pelaku usaha dengan konsumen sekaligus menciptakan iklim berusaha yang

³² *Ibid*, hal. 21.

kondusif bagi perkembangan usaha dan perekonomian nasional pada umumnya.³³

Yang menjadi hak-hak dari pelaku usaha menurut pasal 6 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

- 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 perundang-undangan lainnya.

Hak menerima pembayaran berarti pelaku usaha berhak menerima sejumlah uang sebagai pembayaran atas produk yang dihasilkan dan diserahkan kepada konsumen.

Hak mendapatkan perlindungan hukum berarti pelaku usaha berhak memperoleh perlindungan hukum jika ada tindakan pihak lain atau konsumen yang dengan itikad tidak baik menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha.

³³ Janus Sidabalok, *Opcit*, hal. 71.

Hak membela diri berarti pelaku usaha berhak membela diri dan membela hak-haknya dalam proses hukum apabila ada pihak lain yang mempersalahkan atau merugikannya.

Hak rehabilitasi artinya pelaku usaha berhak memperoleh rehabilitasi atas nama baiknya (pemulihan nama baik) sebagai pelaku usaha jika karena suatu tuntutan akhirnya terbukti bahwa pelaku usaha ternyata bertindak benar menurut hukum.³⁴

Kewajiban pelaku usaha tertuang dalam pasal 7 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Bertindak baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa serta memberi 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 diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat atau diperdagangkan;;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian kerugian apabila barang dan/atau jasa

³⁴ *Ibid*, hal. 72.

yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

1.5.2.3 Hubungan Antara Pelaku Usaha Dengan Konsumen

1. Hubungan Langsung

Hubungan langsung yang dimaksud adalah hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen yang terikat secara langsung dengan perjanjian. Tanpa mengabaikan jenis-jenis perjanjian lainnya, pengalihan barang dari pelaku usaha kepada konsumen pada umumnya dilakukan dengan perjanjian jual-beli, baik yang dilakukan secara lisan maupun tertulis. Salah satu bentuk perjanjian tertulis yang banyak dikenal adalah perjanjian baku, yaitu bentuk perjanjian yang banyak dipergunakan jika salah satu pihak sering berhadapan dengan pihak lain dalam jumlah yang banyak dan memiliki kepentingan yang sama.³⁵

2. Hubungan Tidak Langsung

Hubungan tidak langsung yang dimaksud pada bagian ini adalah hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen yang tidak secara langsung terkait dengan perjanjian, karena adanya pihak diantara pihak konsumen dengan

³⁵ Ahmadi Miru, *Opcit*, hal. 34.

pelaku usaha.³⁶ Ketiadaan hubungan langsung dalam bentuk perjanjian antara pihak konsumen dengan pelaku usaha ini tidak berarti bahwa pihak konsumen yang dirugikan tidak berhak menuntut ganti kerugian kepada pelaku usaha dengan siapa dia tidak memiliki hubungan perjanjian, karena dalam hukum perikatan tidak hanya perjanjian yang melahirkan perikatan, akan tetapi dikenal ada dua sumber perikatan, yaitu perjanjian dan Undang-undang.

Konsumen yang dirugikan karena mengonsumsi suatu produk tertentu tidak perlu harus terikat perjanjian untuk dapat menuntut ganti kerugian, akan tetapi dapat juga menuntut dengan alasan bahwa pelaku usaha melakukan perbuatan melanggar hukum, dan dasar tanggung gugat pelaku usaha adalah tanggung gugat yang didasarkan pada adanya kesalahan pada pelaku usaha.

Kecenderungan konsumen untuk mengonsumsi suatu produk sangat terkait dengan informasi yang diperoleh konsumen mengenai suatu produk tertentu melalui iklan

³⁶ *Ibid*, hal. 35.

yang pada umumnya dibuat oleh pelaku usaha yang tidak terikat perjanjian dengan konsumen.³⁷

1.6 METODE PENELITIAN

1.6.1 Jenis dan Tipe Penelitian

Metode yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penulisan ini adalah penelitian yuridis normatif. Atas metode penelitian yuridis normatif, penulis melakukan penelitian terhadap asas-asas hukum. Di mana penelitian tersebut bertujuan untuk menemukan asas hukum atau doktrin hukum positif yang berlaku.³⁸

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum perskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau merumuskan masalah sesuai dengan keadaan fakta yang ada. Sehingga bisa diperjelaskan bahwa penelitian ini menggunakan metode hukum normatif dengan maksud memperoleh gambaran yang sejelas-jelasnya tentang Perlindungan Konsumen Akibat Kue Artis X Yang Dimanipulasi Batas Waktu Maksimal Keamanan Produk (*expired date*) (Studi Kasus Di Outlet Kue Artis X).

1.6.2 Sumber Data

Dalam jenis penelitian hukum normatif adalah pengolahan dan analisis data pada dasarnya tergantung pada jenis datanya, bagi

³⁷ *Ibid*, hal. 37.

³⁸ Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika, 2016, hal. 25

penelitian hukum normatif yang hanya mengenal data sekunder saja, yang terdiri dari bahan baku primer, bahan baku sekunder, dan bahan baku tersier, maka dalam menganalisis bahan hukum tersebut tidak bisa melepaskan dari berbagai penafsiran yang dikenal dalam ilmu hukum.

Data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian ini, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, dan peraturan perundang-undangan. Data sekunder dapat dibagi menjadi:

1. Bahan Hukum Primer

Bahan Baku Primer adalah bahan hukum yang tertulis ditegakkan oleh negara.³⁹ Bahan Hukum Primer tersebut ialah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

2. Bahan Hukum Sekunder

Sebagai bahan hukum sekunder yang terutama adalah buku-buku hukum termasuk skripsi, tesis, dan disertai hukum dan jurnal-jurnal hukum. Disamping itu juga, kamus-kamus hukum, dan komentar-komentar atas putusan Pengadilan.⁴⁰

³⁹ I Made Pasek Diantha, *Metedologi Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta, Prenada Media Group, 2016, hlm. 142.

⁴⁰ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta, Kencana, 2005, hlm. 195.

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan baku tersier adalah petunjuk atau penjelasan mengenai bahan hukum primer atau bahan hukum sekunder yang berasal dari kamus, ensiklopedia, majalah dan sebagainya.

1.6.3 Metode Pengumpulan Data dan Pengelolaan Data

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

a. Studi Pustaka atau Dokumen

Studi dokumen merupakan tahap awal dari setiap kegiatan penulisan hukum (baik normatif maupun sosiologis). Studi dokumen bagi penelitian hukum meliputi studi bahan-bahan hukum yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.

Data kepustakaan yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan yang bersumber dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, dokumen resmi, publikasi, dan hasil penelitian. Studi kepustakaan bagi penelitian hukum normatif, merupakan metode pengumpulan data yang membahas doktrin-doktrin atau asas-asas dalam ilmu hukum.

b. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan mengajukan pertanyaan atau tanya jawab secara langsung. Tanya jawab ini diajukan kepada salah satu staf Management Outlet Kue Artis X dan Konsumen Kue Artis X.

1.6.4 Metode Analisis Data

Proses analisis data merupakan tindak lanjut proses pengolahan data merupakan kerja seseorang peneliti yang memerlukan ketelitian dan pecurahan daya pikir secara optimal. Teknik untuk menemukan berbagai macam pola tema dan merumuskan teori berupa hipotesa, hanya saja pada analisis pola berserta tema dan hipotesa lebih diperkaya dan diperdalam dengan cara menggabungkannya dengan sumber yang data.

Berdasarkan tipe penelitian yang bersifat deskriptif analisis yang bertujuan memaparkan data hasil pengamatan tanpa diadakan pengujian hipotesis-hipotesis, maka analisis data yang dipergunakan adalah pendekatan kualitatif terhadap data sekunder. Dimana dalam pengolahan data terlebih dahulu diadakan pengorganisasian terhadap data primer yang diperoleh melalui wawancara yang dilakukan penulis

dengan sumber-sumber data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan ataupun melalui media internet. Data yang terkumpul itulah selanjutnya dibahas, disusun, diuraikan dan ditafsirkan, serta dikaji permasalahan sehingga diperoleh suatu kesimpulan sebagai upaya pemecahan masalah.

1.6.5 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini, penulis 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.

1.6.6 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini adalah empat bulan , dimulai dari bulan Februari 2019 sampai Juni 2019. Penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan Januari 2019 pada minggu pertama, yang meliputi tahap persiapan penelitian yakni pengajuan judul (pra-proposal), acc judul, permohonan surat penugasan, pencarian data, bimbingan penelitian, penulisan penelitian.

1.6.7 Sistematika Penelitian

Skripsi ini merupakan satu kesatuan pemikiran secara utuh mulai dari pendahuluan sampai dengan penutup, agar dapat diperoleh hasil yang tepat dan terarah. Proposal Skripsi ini disusun secara sistematis menjadi empat bab. Setiap bab memiliki keterkaitan antara yang satu

dengan yang lainnya. Secara lebih jelas terperinci akan diuraikan sebagai berikut:

Pada *Bab Pertama*, pendahuluan dalam bab ini penulis membagi ke dalam empat sub bab pembahasan, sub bab pertama adalah latar belakang yang menguraikan tentang alasan-alasan dari masalah penelitian yang diambil penulis, sub bab kedua adalah rumusan masalah yang berisi tentang perumusan masalah dari uraian latar belakang, sub bab ketiga adalah tujuan penelitian yang berisi tujuan dari penelitian, sub bab keempat adalah manfaat penelitian, yang metodenya memakai yuridis normatif yaitu penelitian hukum doktriner, juga disebut sebagai penelitian perpustakaan atau studi dokumen.

Bab *kedua* menguraikan tentang tanggung gugat pelaku usaha terhadap konsumen kue artis X yang dirugikan akibat manipulasi batas waktu maksimal keamanan produk (*expired date*). Sub bab pertama membahas mengenai perbuatan yang dilarang pelaku usaha dalam bidang produk kue atau makanan. Sub bab kedua membahas mengenai tanggung gugat pelaku usaha terhadap konsumen kue artis X yang dirugikan akibat manipulasi batas waktu maksimal keamanan produk (*expired date*).

Bab *ketiga* menguraikan tentang upaya hukum konsumen akibat manipulasi batas waktu maksimal keamanan produk (*expired date*). Sub bab pertama membahas mengenai upaya hukum melalui jalur non-

litigasi dan Sub bab kedua membahas mengenai upaya hukum jalur litigasi.

Bab *keempat* merupakan penutup dari penelitian ini yang berisi tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan dibuat agar poin-poin penting dalam penelitian dapat tersampaikan secara sempurna kepada pembaca. Sedangkan dibuatnya saran untuk agar penelitian ini bermanfaat bagi pembaca.