

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Konsumsi barang dan jasa merupakan bagian integral dari fungsi masyarakat modern. Sebagai peserta aktif dalam kegiatan ekonomi, setiap individu berperan sebagai konsumen yang melakukan transaksi untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan rumah tangga. Mereka berhak menerima produk dan jasa yang aman, andal, dan sesuai dengan klaim yang dibuat oleh penyedia. Melindungi kepentingan konsumen sangat penting mengingat ketidakseimbangan yang melekat dalam interaksi komersial, di mana bisnis umumnya memiliki keunggulan dalam akses informasi, sumber daya keuangan, dan kekuatan tawar-menawar.¹

Untuk menjamin kejelasan hukum dan keamanan bagi warganya, pemerintah telah mengesahkan UU 8/1999. Undang-undang ini secara khusus melindungi konsumen dengan menetapkan perlindungan terhadap barang atau jasa yang berpotensi mengancam kesehatan, keselamatan, atau kesejahteraan umum mereka. Pada saat yang sama, undang-undang ini mewajibkan entitas bisnis untuk mengungkapkan informasi yang transparan, jujur, dan mudah dipahami; menjaga standar produk yang konsisten; serta menjamin keamanan barang yang dipasarkan². Kerangka kerja keamanan pangan dan perlindungan konsumen diperkuat lebih lanjut oleh UU 18/2012 tentang Pangan, yang mewajibkan agar semua produk

¹ Mala, I. K., & Anam, H. (2025). Daya Tawar Konsumen Yang Meningkat: Tantangan Baru Bagi Produsen. *Multilingual: Journal Of Universal Studies*, 5(1). Hlm.105

² Maharani, A., & Dzakra, A. D. (2021). Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6). Hlm. 661

pangan yang diedarkan memenuhi kriteria yang telah ditetapkan terkait keamanan, kecukupan gizi, dan kualitas, serta harus memperoleh izin distribusi resmi dari otoritas pengawas yang berwenang.³

Pengawasan terhadap produk pangan, termasuk pangan olahan, menjadi tanggung jawab BPOM dan pemerintah daerah. Instrumen pengawasan yang penting adalah kewajiban pelaku usaha mencantumkan label yang memuat informasi lengkap, seperti komposisi bahan, kadar zat tertentu (misalnya alkohol), tanggal kedaluwarsa, serta peringatan bagi kelompok konsumen tertentu. Tujuan dari persyaratan ini adalah untuk memberikan konsumen informasi yang memadai dan dapat diandalkan, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang bijaksana dan bertindak secara bertanggung jawab sebelum melakukan transaksi.

Perkembangan industri pangan di era modern sering kali menghadirkan inovasi produk yang memunculkan tantangan baru bagi sistem perlindungan konsumen, salah satunya adalah masuknya alkohol ke dalam berbagai produk pangan olahan. Alkohol dengan kadar tinggi tidak hanya berisiko terhadap kesehatan seperti kerusakan organ dan gangguan fungsi syaraf tetapi juga memiliki dampak sosial yang signifikan, termasuk potensi meningkatnya kriminalitas dan pelanggaran norma agama. Peredaran produk beralkohol di Indonesia diatur secara ketat, dengan pembatasan usia konsumen minimal 21 tahun, pembatasan lokasi penjualan, dan kewajiban izin edar khusus.⁴

³ Rahma, A. F. R. (2024). *Penegakan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Pangan Yang Produknya Tidak Memenuhi Standar Keamanan Pangan Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan* (Doctoral Dissertation, Universitas Komputer Indonesia). Hlm. 82

⁴ Serfiyani, C. Y., Hariyani, I., & Serfiyani, C. R. (2020). *Pelindungan Hukum Terhadap Minuman Alkohol Tradisional Khas Indonesia* (Legal Protection Towards Indonesian Traditional

Permasalahan mencuat ketika di beberapa kota besar, termasuk Surabaya, ditemukan adanya produk es krim yang mengandung alkohol sebesar 40%, kadar yang setara dengan minuman keras golongan C. Es krim secara umum dikenal sebagai makanan manis yang aman untuk segala usia, terutama anak-anak. Akan tetapi, pada kasus ini, produk tersebut dijual tanpa label peringatan, tanpa informasi kadar alkohol yang jelas, dan tanpa pembatasan usia pembeli. Kondisi ini sangat berisiko karena memungkinkan anak-anak dan remaja mengonsumsi alkohol secara tidak sengaja, sekaligus berpotensi melanggar hak konsumen muslim yang secara agama dilarang mengonsumsi alkohol.

Perilaku semacam itu dapat melanggar Pasal 4 ayat (a) dan (c) UUPK, yang menjamin hak konsumen atas keamanan, kesejahteraan, perlindungan dari bahaya, dan akses terhadap informasi yang jujur dan lengkap. Hal ini berisiko melanggar Pasal 8 UUPK, yang secara tegas melarang peredaran produk yang tidak memenuhi standar yang ditetapkan atau tidak memberikan pengungkapan yang lengkap dan transparan mengenai karakteristik dan risikonya. Dari aspek perizinan, produk dengan kadar alkohol setinggi ini seharusnya memerlukan izin edar khusus dari BPOM dan tunduk pada regulasi distribusi minuman beralkohol.⁵

Kasus ini menunjukkan adanya celah pengawasan, lemahnya kepatuhan pelaku usaha terhadap peraturan, dan kurangnya kesadaran akan etika bisnis serta tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR*). Padahal, dalam perspektif etika bisnis,

Alcoholic Beverages). *Negara Hukum: Membangun Hukum Untuk Keadilan Dan Kesejahteraan*, 11(2). Hlm. 269

⁵ Rusli, I. K. F. (2023). *Analisis Peraturan Perizinan Pengawasan Peredaran Minuman Beralkohol Melalui Media Sosial* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang). Hlm. 93

pelaku usaha wajib menempatkan keselamatan konsumen di atas kepentingan keuntungan, apalagi untuk produk yang berpotensi membahayakan kelompok rentan.⁶

Mengingat kekhawatiran ini, sangat penting untuk melakukan studi yang menyelidiki perlindungan hukum yang tersedia bagi konsumen terkait distribusi es krim dengan kandungan alkohol tinggi, serta mekanisme ganti rugi yang dapat diakses oleh individu yang mengalami kerugian. Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat kerangka perlindungan konsumen di Indonesia, mendorong kepatuhan bisnis terhadap standar regulasi, dan memperkuat fungsi pengawasan negara dalam memantau produk makanan yang berpotensi menimbulkan risiko kesehatan atau keamanan.

Kasus penjualan es krim beralkohol 40 persen, yang merefleksikan isu-isu yang pernah menjadi perhatian viral di Surabaya, menggarisbawahi urgensi pengawasan yang ketat dan penegakan hukum yang tegas terhadap produk pangan, khususnya yang memiliki potensi risiko tinggi bagi kesehatan konsumen. Sinergi antara pemerintah melalui regulasi dan penegakan hukum yang konsisten, pelaku usaha melalui kepatuhan terhadap standar keamanan dan etika bisnis, serta konsumen melalui kesadaran dan partisipasi aktif dalam melaporkan pelanggaran adalah kunci untuk membangun ekosistem pasar yang aman, adil, dan transparan. Peristiwa semacam ini menyoroti pentingnya upaya kolaboratif yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan untuk memperkuat kerangka perlindungan

⁶ Ahadeo, F. (2025). *Kebijakan Hukum Pidana Dalam Upaya Menanggulangi Tindak Pidana Pengedar Minuman Beralkohol Tanpa Izin Edar (Studi Putusan No. 17/Pid. C/2023/Pn. Jpa)* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang). Hlm. 57

konsumen di Indonesia. Tujuan bersama adalah memastikan produk yang dipasarkan kepada publik memenuhi standar tertinggi dalam hal keamanan, kualitas, dan representasi yang transparan.

Gerei es krim beralkohol ini tidak hanya berada di Surabaya, tetapi sudah mulai tersebar di kota-kota besar lainnya di Indonesia. Hal ini yang membuat penulis merasa khawatir dengan perlindungan konsumen bagi konsumen yang telah mengkonsumsi es krim tersebut. Oleh karena itu, penulis melalui penelitian ini akan membahas skripsi dengan judul berikut **“Perlindungan konsumen Terhadap Penjualan Es Krim Yang Mengandung Alkohol Sebesar 40 Persen”**.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini membatasi fokusnya pada isu-isu yang jelas didefinisikan dan terbatas pada hal-hal berikut:

1. Bagaimana perlindungan konsumen terhadap penjualan es krim yang mengandung alkohol sebesar 40 persen?
2. Bagaimana upaya hukum bagi konsumen yang dirugikan akibat penjualan es krim yang mengandung alkohol sebesar 40 persen berdasarkan Undang-Undang perlindungan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Sebagai tanggapan atas kekhawatiran yang disebutkan di atas, studi ini menguraikan dua kategori tujuan yang berbeda:

1. Menganalisis perlindungan apa saja yang diberikan oleh penjual es krim alkohol kepada konsumen, khususnya mengenai kandungan alkohol, batasan usia pembeli, dan potensi risiko kesehatan.

2. Untuk menganalisis mekanisme upaya hukum yang dapat ditempuh konsumen yang dirugikan akibat penjualan es krim yang mengandung alkohol sebesar 40 persen berdasarkan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Mengingat konteks penelitian yang telah ditetapkan, formulasi masalah, dan tujuan yang dinyatakan, kontribusi ilmiah yang diharapkan dari penelitian ini diuraikan sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memperdalam diskusi akademis dengan menganalisis secara sistematis perlindungan hukum yang tersedia bagi konsumen yang terdampak oleh distribusi es krim mengandung 40% alkohol, yang diinterpretasikan melalui perspektif UU 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen. Temuan ini dimaksudkan untuk menjadi acuan substantif bagi konsumen, entitas bisnis, dan profesional hukum yang mencari kejelasan mengenai hak, kewajiban, dan ekspektasi regulasi dalam transaksi makanan dan minuman.

2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dirancang untuk memperkaya literatur yang ada, menawarkan sumber daya yang tepat waktu dan relevan secara kontekstual bagi para peneliti atau akademisi masa depan yang mengeksplorasi tema serupa, sehingga mendorong dialog akademik yang lebih luas dan pemahaman kritis di bidang ini.

2. Selain itu, penelitian ini memenuhi persyaratan akademik utama untuk penyelesaian program Sarjana Hukum (S1) di Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

1.5 Keaslian Penelitian

Penelitian ini berada dalam konteks akademik yang sudah ada, membangun atas tetapi juga membedakan diri dari studi-studi sebelumnya. Meskipun karya-karya sebelumnya telah membahas perlindungan konsumen terkait produk alkohol, penelitian ini menyoroti niche yang lebih spesifik dengan fokus pada dimensi regulasi dan hukum dari perlindungan konsumen terkait es krim yang mengandung 40% alkohol. Perbedaan utama dijelaskan di bawah ini.

No.	Nama Penulis, Judul, Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Janner Damanik (2022) : Analisis Hukum Perlindungan konsumen Terhadap Suatu Produk Makanan ⁷ .	1.Menganalisis jaminan hukum yang diberikan kepada warga negara Indonesia. 2.Melakukan penilaian kritis terhadap kerangka hukum yang mengatur hak dan perlindungan konsumen.	1. Berfokus secara luas pada upaya hukum yang tersedia bagi konsumen yang dirugikan oleh produk makanan yang tidak aman atau menyesatkan. 2. Tidak secara khusus membahas masalah perlindungan konsumen

⁷ Damanik, J. (2022). Analisis Hukum Perlindungan Konsumen terhadap Suatu Produk Makanan. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 5(2). Hlm. 417-425

			yang timbul dari perpotongan antara regulasi makanan dan minuman beralkohol.
2.	Pande Komang Rama Raditya Prameswara, Ni Made Jaya Senastri, Ni Made Puspasutari Ujianti (2023) : Penerapan Nomor 8 Undang-Undang Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam Peredaran Minuman Beralkohol Arak di Kecamatan Sidemen ⁸ .	<p>1. Menganalisis konsekuensi dan implikasi dari mekanisme perlindungan konsumen bagi individu yang merasa dirugikan akibat penjualan barang makanan yang dikombinasikan dengan minuman beralkohol.</p> <p>2. Melakukan tinjauan mendalam terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen, khususnya terkait dengan jalur ganti rugi yang tersedia bagi konsumen yang dirugikan.</p>	<p>1. Penelitian ini mengkaji perlindungan hukum yang tersedia bagi konsumen yang mengalami kerugian atau merasa dirugikan akibat pemasaran produk makanan dan minuman beralkohol yang dikombinasikan, serta mengevaluasi mekanisme pengawasan regulasi yang mengatur perusahaan yang terlibat dalam produksinya.</p> <p>2. Penelitian ini didasarkan pada interpretasi dan penerapan sistematis</p>

⁸ Prameswara, P. K. R. R., Senastri, N. M. J., & Ujianti, N. M. P. (2023). Penerapan Nomor 8 Undang-Undang Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam Peredaran Minuman Beralkohol Arak\ di Kecamatan Sidemen. *Jurnal Analogi Hukum*, 5(3). Hlm. 358-362

			Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai kerangka hukum utama.
3.	Chandra Adi Gunawan Putra (2023) : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Perspektif Kesadaran Hukum Masyarakat ⁹ .	1.Membahas mengenai perlindungan hukum yang akan didapatkan konsumen yang merasa dirugikan. 2. Penerepanan perlindungan konsumen pada konsumen.	1.Penelitian ini membahas perlindungan hukum kepada konsumen secara luas. 2.Membahas mengenai makanan dan minuman yang berbahaya bagi konsumen.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sumber : Jurnal Terdahulu, diolah sendiri

Tabel di atas menunjukkan keunikan studi ini, membuktikan bahwa tidak ada penulis atau peneliti sebelumnya yang secara khusus meneliti masalah ini. Dirancang sebagai matriks perbandingan, tabel keunikan ini membandingkan penelitian ini dengan karya-karya sebelumnya yang membahas tema terkait, mengungkapkan tumpang tindih tematik sebagian, terutama dalam diskursus yang lebih luas tentang perlindungan konsumen dan

⁹ Putra, C. A. G., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Perspektif Kesadaran Hukum Masyarakat. *Jurnal Konstruksi Hukum*, 4(1). Hlm. 13-19.

produk yang mengandung alkohol. Namun, ciri khas studi ini terletak pada lingkupnya yang lebih terfokus, yang berfokus pada masalah spesifik: perlindungan hukum bagi konsumen yang terdampak oleh penjualan es krim dengan kandungan alkohol 40%. Hal ini memberikan perspektif yang terfokus dan belum pernah dieksplorasi sebelumnya dalam bidang ini.

Topik ini belum banyak dibahas oleh penelitian lain. Es krim salah satu jenis makanan yang dianggap aman untuk semua umur, terutama anak-anak. Ketika produk tersebut mengandung alkohol dalam kadar tinggi tanpa label atau peringatan, konsumen jadi rentan mengalami kerugian. Hal ini membedakan penelitian ini dari penelitian sebelumnya, yang cenderung membahas makanan atau minuman beralkohol secara umum dan tidak spesifik tanpa mengisolasi tantangan hukum dan regulasi unik yang ditimbulkan oleh produk hibrida seperti es krim beralkohol tinggi. Tabel ini menunjukkan bahwa penelitian ini punya sisi orisinal karena membahas produk yang belum banyak dikaji, tapi punya risiko hukum dan sosial yang besar. Penelitian ini mencoba mengisi kekosongan tersebut dan bisa jadi acuan untuk perlindungan konsumen di kasus serupa.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, yang didasarkan terutama pada analisis doktrinal dan pemeriksaan sumber hukum sekunder. Penulis akan melakukan penilaian kritis terhadap berbagai bahan hukum, termasuk ketentuan undang-undang (terutama UU 8 Tahun 1999

tentang Perlindungan Konsumen), komentar hukum ilmiah, instrumen regulasi, dan putusan pengadilan yang relevan, untuk membangun kerangka hukum yang koheren sebagai dasar analisis.¹⁰, khususnya yang berkaitan dengan penjualan makanan dan minuman beralkohol. Pendekatan analitis akan digunakan untuk memahami penerapan hukum yang ada dalam kasus pelanggaran hak konsumen terkait es krim beralkohol.

Penulis menggunakan metodologi preskriptif dalam tesis ini, dengan mengacu pada kerangka kerja yang dikembangkan oleh Peter Mahmud Marzuki¹¹, bahwa hukum normatif berfokus pada kesesuaian antara norma dan prinsip hukum, serta perilaku individu terhadap norma hukum. Penelitian ini mengkaji penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen terkait perbuatan melanggar hukum dalam penjualan makanan dan minuman beralkohol. Berdasarkan prinsip-prinsip hukum preskriptif yang mengkaji tujuan hukum dan nilai keadilan, penulis berusaha merumuskan solusi hukum yang tepat terkait bentuk ganti rugi. Hukum sebagai ilmu terapan menetapkan aturan dan pedoman yang harus dipatuhi dalam aktivitas hukum, termasuk dalam kasus ini. Hasil penelitian ini mengusulkan rekomendasi terkait penerapan norma hukum yang sesuai dengan kasus yang dihadapi.

1.6.2 Pendekatan (Approach)

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan metodologis ganda yang menggabungkan pendekatan konseptual untuk

¹⁰ Muhaimin. (2020). *"Metode Penelitian Hukum"*, Mataram University Press. Hlm. 45

¹¹ Peter Mahmud Marzuki. (2006). *"Penelitian Hukum"*, Penerbit Kencana, Jakarta. Hlm.133.

mengklarifikasi dan mempertajam konsep dan prinsip hukum dasar, serta pendekatan yuridis (legislatif) untuk menafsirkan dan menerapkan ketentuan hukum yang relevan secara sistematis dalam konteks normatifnya.¹² Pelaksanaan strategi ini berfokus pada pemeriksaan sistematis terhadap kerangka hukum, mencakup semua ketentuan dan peraturan yang berlaku yang relevan dengan masalah hukum dasar yang menjadi pokok pembahasan. Dalam pendekatan hukum (legislatif), hukum dipahami sebagai sistem yang mandiri dan koheren yang memiliki karakteristik sebagai berikut¹³ :

- a. *Comprehensive* artinya norma-norma hukum saling terhubung secara logis dan konsisten;
- b. *All-iclusive*, kumpulan aturan hukum cukup komprehensif untuk menangani masalah hukum yang ada, sehingga meminimalkan celah atau ambiguitas regulasi;
- c. *Sistematic*, norma-norma tidak hanya saling bergantung tetapi juga disusun secara hierarkis dan tematis untuk memastikan kejelasan, kepastian, dan interpretasi sistematis.

1.6.3 Bahan Hukum

Penelitian ini melakukan analisis doktrinal terhadap kerangka hukum yang berlaku dengan menafsirkan secara kritis istilah-istilah konseptual kunci yang tertanam dalam teks undang-undang. Mengadopsi metodologi hukum normatif, studi ini didasarkan pada tinjauan literatur komprehensif, yang secara

¹² *Ibid.* Hlm 135.

¹³ Johnny Ibrahim, *Teori dan Metode Penelitian Hukum Normatif* (Malang: Bayumedia, 2005). Hlm 249.

luas mengacu pada data sekunder termasuk jurnal yang direview oleh rekan sejawat, komentar hukum yang otoritatif, monograf akademik, dan temuan dari studi empiris atau doktrinal sebelumnya.

Untuk memastikan ketelitian analitis dan landasan kontekstual, penelitian ini juga memasukkan kategori sumber hukum berikut:

1. Bahan Hukum Primer :

Sumber-sumber ini mencakup instrumen hukum yang mengikat yang secara resmi disahkan oleh badan negara yang berwenang, berfungsi sebagai landasan normatif dasar untuk analisis. Sumber primer utama yang digunakan dalam studi ini meliputi:

- a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).
- b. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan.
- c. Peraturan Kepala BPOM terkait Standar Pangan Olahan.
- d. Peraturan Daerah Surabaya nomor 1 tahun 2023 tentang Perdagangan dan Perindustrian.

2. Bahan Hukum Sekunder :

Sumber-sumber ini terdiri dari bahan-bahan interpretatif dan penjelasan seperti buku akademik, artikel jurnal, kamus hukum, dan hasil penelitian sebelumnya yang, meskipun tidak memiliki kekuatan hukum mengikat, memberikan wawasan kritis, konteks doktrinal, dan kedalaman teoretis untuk mendukung dan memperkaya interpretasi norma-norma primer.

1.6.4 Prosedur Pengumpulan Bahan Hukum

Dasar hukum untuk penelitian ini bersifat ganda, terdiri dari sumber primer dan sekunder. Sumber primer, yang memiliki kekuatan hukum, meliputi undang-undang nasional dan peraturan terkait. Ruang lingkup pemeriksaan ini secara khusus dibatasi pada undang-undang perlindungan konsumen, dengan fokus kritis pada pasal-pasal yang memberikan perlindungan bagi kerugian konsumen. Sumber hukum sekunder terdiri dari karya ilmiah, termasuk buku akademik, makalah konferensi, dan artikel jurnal yang direview oleh rekan sejawat, yang memberikan landasan teoretis, konteks interpretatif, dan dukungan substansial untuk pertanyaan utama penelitian ini.

1.6.5 Analisis Bahan Hukum

Penelitian ini menggunakan kerangka kerja analitis deskriptif-hukum untuk mengkaji isu yang menjadi pokok pembahasan dalam peraturan perundang-undangan yang relevan, literatur doktrinal, dan pandangan ahli yang berwibawa. Melalui metode ini, studi ini menyajikan uraian mendalam mengenai dimensi hukum yang mengelilingi ganti rugi atas kerugian yang disebabkan oleh perilaku ilegal, khususnya dalam kasus di mana penjual mendistribusikan es krim yang mengandung alkohol, sehingga melanggar hak-hak konsumen yang dirugikan.

Untuk meningkatkan koherensi analitis, penelitian ini menerapkan teknik sistematisasi: pemetaan dan evaluasi keselarasan atau potensi kontradiksi di antara norma-norma hukum yang berlaku. Proses ini bertujuan tidak hanya untuk mengidentifikasi celah regulasi atau ambiguitas, tetapi juga

untuk merumuskan solusi hukum konkret dan rekomendasi kebijakan yang terarah. Pada akhirnya, pendekatan ini bertujuan untuk memfasilitasi pemahaman yang mendalam dan berlandaskan kuat terhadap tantangan hukum substansial dan implikasi yang lebih luas dalam kerangka perlindungan konsumen di Indonesia.

1.6.6 Sistematika Penulisan

Struktur skripsi ini mengikuti format akademik hukum yang standar, disusun menjadi empat bab utama yang masing-masing dibagi secara tematis untuk memastikan alur logis, keterbacaan, dan kepatuhan terhadap konvensi penulisan hukum formal. Berikut adalah gambaran rinci tentang kerangka organisasi:

- a. Bab I (satu) menetapkan konteks dasar penelitian. Bab ini mencakup latar belakang dan urgensi masalah, pernyataan masalah yang jelas, tujuan penelitian, kontribusi teoretis dan praktis yang diharapkan, desain metodologis, dan gambaran struktur tesis. Intisari bab ini adalah pembenaran untuk mengkaji perlindungan konsumen dalam konteks spesifik es krim yang mengandung 40% alkohol, menyoroti celah regulasi, kekhawatiran kesehatan masyarakat, dan ketidakseimbangan kekuasaan antara konsumen dan produsen.
- b. Bab II (dua) dalam menjawab pertanyaan penelitian pertama, bab ini melakukan analisis doktrinal terhadap perlindungan konsumen yang ada berdasarkan UUPK. Bab ini secara kritis meninjau ketentuan undang-undang, tafsir yudisial, dan komentar doktrinal untuk menilai kecukupan

perlindungan hukum bagi individu yang dirugikan oleh distribusi produk semacam itu. Penekanan khusus diberikan pada hak konsumen, termasuk keamanan, informasi yang akurat, dan ganti rugi ketika hak-hak tersebut terlanggar oleh produk makanan-minuman yang menyesatkan atau berbahaya.

- c. Bab III (tiga) akan mengeksplorasi jalur hukum yang tersedia untuk memperoleh ganti rugi ketika hak konsumen dilanggar. Bab ini dibagi menjadi dua subbagian: Penyelesaian berbasis litigasi, mencakup tanggung jawab perdata, sanksi administratif, dan implikasi pidana potensial berdasarkan undang-undang perlindungan konsumen dan keamanan pangan; Alternatif non-litigasi, termasuk mediasi, arbitrase, dan pengaduan yang diajukan ke lembaga seperti BPOM atau BPSK. Analisis mengevaluasi aksesibilitas, efektivitas, dan kelayakan prosedural masing-masing mekanisme dalam konteks yang diberikan..
- d. Bab IV (empat) adalah bab terakhir yang merangkum temuan utama, memberikan jawaban ringkas atas pertanyaan penelitian yang diajukan. Bab ini diakhiri dengan usulan yang bersifat prospektif dan dapat dilaksanakan, baik dari segi hukum (misalnya, penyempurnaan regulasi, persyaratan label yang lebih ketat, klasifikasi dessert beku beralkohol tinggi sebagai barang terkontrol) maupun kebijakan (misalnya, pengawasan antarlembaga yang ditingkatkan, kampanye kesadaran publik), yang bertujuan untuk mencegah terulangnya masalah dan memperkuat perlindungan konsumen secara sistemik di Indonesia.

1.7 Tinjauan Pustaka

1.7.1 Tinjauan Tentang Perlindungan Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

1.7.1.1 Definisi Konsumen

Istilah “konsumen” berasal dari bahasa Inggris (consumer, baik dalam penggunaan British maupun American) dan bahasa Belanda (consument atau konsument), dan berfungsi sebagai padanan leksikal langsung. Secara harfiah, istilah ini mengacu pada “individu yang menggunakan atau mengonsumsi barang”, secara eksplisit membedakan orang tersebut dari produsen, yaitu entitas yang bertanggung jawab atas produksi atau penyediaan barang-barang tersebut¹⁴. Mariam Darus mendefinisikan istilah “konsumen” dengan merujuk pada formulasi dalam sumber-sumber akademik Belanda yang secara khusus menggambarkan konsumen sebagai “individu yang, dalam arti yang nyata dan aktual, menggunakan barang dan jasa.”¹⁵. Sebelum berlakunya UUPK pada tanggal 20 April 2000, kerangka hukum positif Indonesia tidak memiliki definisi hukum yang jelas dan otoritatif mengenai istilah “konsumen”. Meskipun istilah tersebut muncul dalam GBHN, khususnya dalam Keputusan MPR Nomor II/MPR/1993, dalam pembahasan mengenai tujuan kebijakan perdagangan, istilah tersebut

¹⁴ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2002. Hlm. 3.

¹⁵ Mariam Darus Badrulzaman, *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*, Alumni, Bandung, 1981. Hlm.48.

digunakan tanpa penjelasan formal atau elaborasi mengenai ruang lingkup hukum atau batas-batas konseptualnya.

1.7.1.2 Definisi Perlindungan Konsumen

UU 8 Tahun 1999 menetapkan serangkaian langkah komprehensif yang dirancang untuk menciptakan kepastian hukum dan melindungi masyarakat sepanjang proses pembelian dan penggunaan barang dan jasa. Komponen utama kerangka kerja ini meliputi: Menjamin keselamatan fisik dan kesejahteraan pengguna; Menjelaskan dan menegakkan hak dan kewajiban masing-masing konsumen dan entitas bisnis; Menjamin akses terhadap informasi produk yang jujur, transparan, dan tidak menyesatkan; dan Menyediakan jalur penyelesaian sengketa, termasuk kompensasi yang adil, ketika produk atau jasa tidak memenuhi spesifikasi, standar, atau harapan yang wajar yang diiklankan.¹⁶ Tujuan utama perlindungan konsumen adalah untuk: Memberdayakan individu dengan meningkatkan kesadaran, kemampuan pengambilan keputusan, dan otonomi mereka di pasar; Melindungi martabat, hak, dan posisi etis konsumen; Membangun kerangka hukum yang kokoh dan berlandaskan hukum yang memastikan kepastian dan keadilan dalam hubungan konsumen; Mendorong perbaikan berkelanjutan dalam standar, keandalan, dan kinerja barang dan/atau jasa; dan Melindungi konsumen dari perilaku komersial yang tidak adil,

¹⁶ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Kencana, 2013), Hlm. 32.

menyesatkan, atau manipulatif, termasuk iklan palsu, klausul tersembunyi, dan praktik eksploitatif.

Konsumen berhak atas sejumlah hak dasar, di antaranya: hak atas keselamatan, kesejahteraan, dan perlindungan dari bahaya; kebebasan untuk memilih barang dan/atau jasa tanpa paksaan; akses terhadap informasi yang transparan, lengkap, dan jujur; kesempatan untuk menyampaikan keluhan dan didengar; hak atas perwakilan dan advokasi; serta hak atas ganti rugi, termasuk kompensasi atas kerugian yang ditimbulkan akibat produk cacat atau yang diiklankan secara menyesatkan. Sebaliknya, pelaku usaha memiliki kewajiban esensial: mereka harus beroperasi dengan integritas dan itikad baik; mengungkapkan informasi yang akurat dan tidak menyesatkan; melakukan transaksi yang adil dan jujur; menjaga kualitas produk yang konsisten; memfasilitasi konsumen untuk menilai produk sebelum pembelian (misalnya melalui sampel atau uji coba); dan bertanggung jawab memberikan ganti rugi yang sesuai jika tindakan atau kelalaian mereka menyebabkan kerugian. Sistem perlindungan konsumen yang berfungsi dengan baik sehingga menciptakan dinamika yang adil, dapat dipercaya, dan saling menghormati antara peserta pasar, sekaligus menumbuhkan lingkungan bisnis yang didasarkan pada akuntabilitas, perilaku etis, dan keberlanjutan jangka panjang.

1.7.1.3 Unsur-Unsur Pengawasan Dalam Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan sebuah sistem komprehensif yang terbangun dari berbagai unsur penting yang saling berkesinambungan. Unsur hukum menjadi fondasi utamanya, meliputi regulasi dan peraturan yang jelas untuk mengatur hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, mekanisme penegakan hukum yang memastikan kepatuhan, serta sanksi yang tegas bagi pelanggar hak-hak konsumen. Selanjutnya, unsur kelembagaan berperan penting dalam implementasi perlindungan ini. Lembaga pemerintah bertindak sebagai pengawas dan regulator, sementara lembaga swadaya masyarakat (LSM) secara aktif membantu konsumen memperjuangkan hak-hak mereka. Peran lembaga penyelesaian sengketa juga sama pentingnya, yang berfungsi sebagai platform yang imparial dan efisien untuk menangani konflik yang mungkin timbul antara konsumen dan entitas bisnis, memastikan keadilan, integritas prosedural, dan penyelesaian yang tepat waktu.¹⁷

Fungsi pengawasan memainkan peran penting dalam memastikan bahwa barang dan jasa yang tersedia di pasar sesuai dengan standar regulasi, keamanan, dan kualitas yang ditetapkan. Ini mencakup monitoring produk secara berkala untuk menjaga kualitas dan keamanan, sistem peringatan dini untuk produk berbahaya atau cacat, serta evaluasi

¹⁷ Manik, W., Sidabalok, J., & Suhardin, Y. (2024). Peranan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai lembaga penyelesaian sengketa alternatif dengan cara arbitrase di Kota Medan. *Fiat Iustitia: Jurnal Hukum*, Hlm. 79.

berkala guna menilai efektivitas keseluruhan sistem perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen juga diperkuat oleh unsur edukasi, yang bertujuan memberdayakan konsumen itu sendiri. Melalui program pemberdayaan, kesadaran dan pengetahuan konsumen ditingkatkan, dilengkapi dengan sosialisasi masif mengenai hak dan kewajiban mereka.¹⁸

Pelatihan khusus juga disediakan untuk meningkatkan kapasitas baik bagi pelaku usaha maupun konsumen, menciptakan pemahaman yang seimbang. Secara umum unsur preventif menjadi garda terdepan dalam mencegah kerugian konsumen. Ini diwujudkan melalui standarisasi produk dan layanan, proses sertifikasi yang ketat untuk memverifikasi kualitas dan keamanan, serta pengujian produk yang komprehensif sebelum barang atau jasa dipasarkan ke publik. Terakhir, unsur represif berfungsi sebagai mekanisme penanganan ketika pelanggaran terjadi. Komponen ini mencakup sistem pengelolaan keluhan yang responsif dan terstruktur dengan baik, dirancang untuk mendaftarkan, mengevaluasi, dan menindaklanjuti keluhan konsumen, disertai kerangka kerja kompensasi yang transparan dan dapat ditegakkan bagi individu yang mengalami kerugian, serta penerapan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar kewajiban hukum. Secara keseluruhan, mekanisme-mekanisme ini beroperasi

¹⁸ Tambuwun, T. T. (2020). Peranan Badan Pengawas Obat Dan Makanan (Bpom) Dalam Perlindungan Konsumen Yang Mengandung Zat Berbahaya. *Lex Privatum*, 8(4). Hlm. 55.

secara sinergis, membentuk ekosistem perlindungan konsumen yang kohesif dan fungsional yang tidak hanya menegakkan pertanggungjawaban tetapi juga menanamkan kepercayaan, keamanan, dan keyakinan di kalangan konsumen yang berinteraksi dengan barang dan/atau jasa di pasar.

1.7.2 Tinjauan Umum Tentang Ganti Kerugian Pada Perlindungan

Konsumen

1.7.2.1 Pengertian Ganti Kerugian Pada Perlindungan Konsumen

Dalam kerangka perlindungan konsumen, ganti rugi merujuk pada kompensasi, baik berupa uang maupun bentuk lain, yang diberikan kepada konsumen sebagai penggantian atas kerugian, kerugian materiil, atau kerugian lainnya yang timbul akibat penggunaan barang atau jasa yang cacat, tidak memenuhi standar, atau tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Prinsip ini secara eksplisit dan sistematis diatur dalam UU 8/1999, yang menetapkan landasan hukum yang memberdayakan konsumen untuk menuntut hak mereka atas ganti rugi ketika hak-hak mereka dilanggar atau harapan mereka tidak terpenuhi.¹⁹ Ganti rugi dapat diberikan dalam berbagai bentuk, termasuk namun tidak terbatas pada: pengembalian pembayaran secara penuh atau sebagian; penggantian dengan barang dan/atau jasa yang memiliki kualitas dan nilai yang setara; penanggung jawab atas perawatan medis yang diperlukan akibat kerugian; atau kompensasi finansial, sebagaimana

¹⁹ Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta: Visimedia, 2008). Hlm. 12.

ditentukan dan diatur sesuai dengan ketentuan perundang-undangan dan peraturan yang berlaku.

Penerapan ganti rugi harus mematuhi prinsip proporsionalitas, memastikan bahwa besaran ganti rugi sesuai secara tepat dengan besarnya kerugian yang ditimbulkan, mencakup baik kerugian tangible (materiil) maupun intangible (non-materiil). Ruang lingkup ini melampaui kerugian langsung dan dapat diamati (yaitu, konsekuensi langsung) untuk mencakup kerugian di masa depan yang dapat diprediksi secara wajar yang mungkin timbul akibat penggunaan produk atau layanan yang cacat²⁰. Ganti rugi dapat dituntut melalui berbagai cara, baik melalui mekanisme di luar pengadilan (non-litigasi), seperti mediasi atau arbitrase yang difasilitasi oleh lembaga seperti BPSK, maupun melalui proses pengadilan formal (litigasi) di hadapan pengadilan. Dalam kedua kasus tersebut, pemohon wajib membuktikan adanya hubungan kausal langsung antara perilaku operator usaha (misalnya kelalaian, penipuan, atau pelanggaran) dan kerugian yang dialami. Peraturan perundang-undangan menetapkan batas waktu tertentu di mana operator usaha wajib memenuhi kewajiban ganti rugi setelah tanggung jawabnya ditetapkan. Pentingnya, ganti rugi tidak hanya berfungsi sebagai restitusi bagi konsumen yang terdampak, tetapi juga sebagai alat akuntabilitas korporat yang memperkuat perilaku pasar yang bertanggung jawab dan

²⁰ Atsar, A., & Apriani, R. (2019). *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. (Yogyakarta: Deepublish 2019). Hlm. 25.

bertindak sebagai pencegahan terhadap pelanggaran di masa depan. Peran ganda ini sejalan dengan tujuan utama UU 8/1999 untuk membangun sistem perlindungan yang kuat dan adil yang didukung oleh kepastian hukum, transparansi informasi, dan aksesibilitas jalur ganti rugi dan penyelesaian sengketa.

1.7.2.2 Jenis-Jenis Kerugian Konsumen Menurut Undang-Undang

Perlindungan Konsumen

Berdasarkan UU 8/1999, konsumen berpotensi mengalami berbagai jenis kerugian yang dapat dikategorikan secara spesifik.

1. Kerugian materiil merujuk pada kerugian konkret dan dapat diukur secara objektif yang dapat diekspresikan dalam nilai moneter. Kerugian ini umumnya terjadi dalam situasi seperti kerusakan fisik atau cacat fungsi pada barang yang dibeli; kerugian finansial akibat pembayaran yang dilakukan bertentangan dengan ketentuan kontrak; ketidaksesuaian antara barang yang dikirimkan dengan spesifikasi yang diiklankan atau disepakati; serta pengeluaran tak terduga yang dibebankan kepada konsumen di luar kewajiban wajar mereka.
2. Kerugian imateriil adalah jenis kerugian yang sifatnya non-finansial dan tidak dapat diukur dengan nilai uang. Contohnya meliputi kerugian waktu dan tenaga yang terbuang sia-sia, gangguan psikologis atau mental yang dialami konsumen akibat

pengalaman buruk, pencemaran nama baik, hingga hilangnya kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau pelaku usaha.

3. Kerugian fisik merujuk pada dampak negatif yang langsung berkaitan dengan tubuh atau kesehatan konsumen. Ini dapat berupa cedera atau luka yang timbul akibat produk yang cacat atau tidak aman, gangguan kesehatan yang terjadi setelah mengonsumsi produk tertentu, kasus keracunan makanan atau minuman, dan efek samping yang membahayakan kesehatan setelah penggunaan produk.
4. Kerugian akibat informasi menyesatkan terjadi ketika konsumen mengalami kerugian karena informasi yang tidak akurat atau tidak jujur dari pelaku usaha. Ini termasuk kerugian yang diakibatkan oleh iklan atau promosi yang tidak benar, informasi produk yang tidak lengkap atau disembunyikan, penggunaan label yang menyesatkan pada kemasan produk, dan janji-janji palsu yang diberikan oleh pelaku usaha²¹.

Konsumen secara hukum berhak untuk meminta ganti rugi atas kerugian yang dialami berdasarkan UUPK. Hak ini bersifat fleksibel, memungkinkan bentuk-bentuk ganti rugi seperti penggantian barang cacat dengan barang sejenis yang bernilai sama, penggantian kerugian secara langsung dalam bentuk uang, pembayaran biaya medis akibat

²¹ Harianto Dedi., *Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Iklan yang menyesatkan*, (Bogor:Ghalia Indonesia 2020). Hlm.45.

cedera, atau bentuk ganti rugi lain yang sesuai dengan ketentuan sistem hukum. Secara kritis, jika suatu entitas bisnis gagal memberikan ganti rugi yang memadai atau tepat waktu, konsumen tetap memiliki hak yang jelas untuk menuntut hak mereka melalui jalur hukum yang telah ditetapkan, baik administratif, arbitrase, maupun yudisial, sehingga hak-hak mereka dijamin secara ketat dan komprehensif sesuai dengan hukum.²².

1.7.3 Tinjauan Tentang Alkohol

1.7.3.1 Pengertian Alkohol

Alkohol, yang secara ilmiah disebut etanol atau etil alkohol, dengan rumus molekul C_2H_5OH , adalah senyawa organik yang telah lama tertanam dalam sejarah manusia, memainkan peran yang berkelanjutan di berbagai bidang sosial, budaya, dan terapeutik, termasuk di Indonesia. Dari sudut pandang regulasi di Indonesia, alkohol secara resmi didefinisikan sebagai minuman yang mengandung etil alkohol, dihasilkan melalui fermentasi dan/atau distilasi bahan baku pertanian yang kaya karbohidrat, seperti biji-bijian, buah-buahan, atau umbi-umbian. Pemerintah Indonesia menerapkan sistem klasifikasi yang ketat untuk minuman beralkohol, mengelompokkannya ke dalam tiga tingkatan berdasarkan konsentrasi etanol: Kategori A: minuman dengan kandungan alkohol 1–5% volume; Kategori B: minuman dengan

²² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), Hlm. 24

kandungan alkohol 5–20%; dan Kategori C: produk beroktan tinggi dengan kandungan alkohol 20–55%. Setiap tingkatan tunduk pada ketentuan hukum khusus yang mengatur produksi, distribusi, penandaan, dan penjualan eceran, mencerminkan pendekatan regulasi berjenjang yang bertujuan untuk menyeimbangkan penerimaan budaya, keprihatinan kesehatan masyarakat, dan keamanan konsumen.

Sehubungan dengan dampak signifikan alkohol terhadap kesehatan masyarakat dan stabilitas sosial, pemerintah Indonesia telah memberlakukan serangkaian kebijakan dan peraturan yang komprehensif untuk mengatur peredaran dan konsumsi minuman beralkohol, termasuk pembatasan usia minimal 21 tahun untuk pembelian dan konsumsi, persyaratan izin khusus untuk produksi dan distribusi, serta larangan penjualan di lokasi-lokasi tertentu seperti di sekitar institusi pendidikan dan tempat ibadah. Lebih lanjut produsen diwajibkan untuk mencantumkan peringatan kesehatan yang jelas pada setiap kemasan produk minuman beralkohol untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang risiko dan bahaya yang mungkin terjadi. Berbagai penelitian medis dan sosial telah menunjukkan bahwa konsumsi alkohol yang tidak terkendali dapat mengakibatkan berbagai masalah kesehatan serius, mulai dari kerusakan organ vital seperti hati dan otak, hingga dampak sosial yang lebih luas seperti peningkatan angka kecelakaan lalu lintas, tindak kekerasan, dan penurunan produktivitas kerja yang ditimbulkan dari konsumsi alkohol. Sehubungan dengan hal tersebut

pemerintah Indonesia menerapkan sanksi tegas bagi pelanggar ketentuan terkait minuman beralkohol, yang dapat berupa denda administratif, pencabutan izin usaha, hingga sanksi pidana, tergantung pada tingkat dan jenis pelanggarannya.²³

1.7.4 Tinjauan Umum Tentang Es Krim Sebagai Produk Pangan Olahan

Sebagai makanan olahan yang sangat populer, es krim memiliki daya tarik yang luas di semua kalangan. Kepopulerannya berasal dari profil yang menarik: rasa manis yang lezat yang merangsang nafsu makan, tekstur yang halus dan creamy, serta kualitas yang secara alami menyegarkan. Secara teknis, es krim dihasilkan melalui proses pembekuan campuran susu, krim, gula, penstabil, serta perisa tambahan sehingga menghasilkan produk setengah padat yang lembut. Standar Nasional Indonesia (SNI) Nomor 01-3713-1995 mengatur tentang mutu dan keamanan es krim, termasuk kandungan lemak susu minimal dan jenis bahan tambahan pangan (BTP) yang diperbolehkan. Dalam praktiknya, keberadaan label yang lengkap dan jujur pada produk es krim memiliki peranan penting agar konsumen dapat memperoleh informasi yang memadai terkait komposisi, tanggal kedaluwarsa, serta potensi risiko konsumsi, termasuk jika terdapat kandungan alkohol.

²³ Jausal, A. N., Wulan, A. J., & Rudiyanto, W. (2024). Kerusakan, alkohol, kesehatan Kerusakan Lambung Akibat Konsumsi Alkohol: Dampak dan Penanganannya. *Medical Profession Journal of Lampung*, 14(3), Hlm. 485.

Sebagai produk pangan olahan, es krim diatur tidak hanya oleh SNI tetapi juga oleh Peraturan BPOM yang menetapkan ketentuan labeling pangan olahan sesuai Peraturan BPOM 31 Tahun 2018. Pelaku usaha diwajibkan mencantumkan informasi yang akurat dan tidak menyesatkan terkait kandungan bahan baku, termasuk jika produk tersebut mengandung alkohol. Label harus memuat persentase kadar alkohol, serta peringatan untuk kelompok konsumen tertentu seperti anak-anak, ibu hamil, dan konsumen yang memiliki pantangan medis terhadap alkohol.²⁴ Tujuan inisiatif ini adalah untuk melindungi kesejahteraan masyarakat dengan secara proaktif mencegah konsumen terpapar risiko kesehatan dan sosial yang melekat pada produk makanan yang mengandung alkohol.

Pentingnya perlindungan konsumen terhadap produk es krim yang mengandung alkohol juga semakin mendesak karena secara umum, konsumen sering kali tidak menyadari keberadaan alkohol dalam produk makanan. Konsumen cenderung mengasosiasikan alkohol hanya dengan minuman keras, sehingga keberadaan alkohol di dalam produk es krim dapat menimbulkan risiko tersembunyi, baik dari sisi kesehatan, agama, maupun sosial budaya. Dikenal karena daya tariknya yang luas, es krim menonjol sebagai makanan olahan yang sangat disukai dan dinikmati secara universal oleh semua generasi. Hal ini disebabkan oleh rasa

²⁴ Ratrinia, P. W., Harahap, K. S., Pamaharyani, L. I., Hasibuan, N. E., Luthfiyana, N., Panjaitan, F. C. A., ... & Tumanduk, N. M. (2025). *TEKNIK PENGEMASAN DAN PELABELAN*. PT Penerbit Qriset Indonesia. Hlm. 27.

manisnya yang lezat yang menggugah indra, teksturnya yang lembut dan memanjakan, serta kesegaran yang menyegarkan yang diberikannya.²⁵

Terkait dengan perlindungan konsumen, es krim bukan sekadar produk rekreatif, tetapi juga produk pangan olahan yang wajib memenuhi standar keamanan dan mutu yang ketat demi kesehatan publik. Ketentuan tentang pengendalian bahan tambahan, termasuk penggunaan alkohol, dibuat untuk mencegah dampak negatif seperti keracunan, gangguan kesehatan, hingga masalah etika dan agama. Pengawasan terpadu oleh pemerintah melalui BPOM, didukung oleh kesadaran pelaku usaha serta edukasi kepada konsumen, menjadi pilar penting agar produk es krim yang dipasarkan benar-benar aman, bermutu, dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Kehadiran produk es krim di pasaran dapat tetap menjadi sumber kenikmatan tanpa mengabaikan keselamatan dan hak-hak konsumen.

1.7.5 Tinjauan Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Pelaku Usaha

Etika bisnis merupakan kerangka nilai moral dan pedoman normatif yang seharusnya menjadi acuan bagi perilaku individu dan entitas yang terlibat dalam kegiatan komersial. Dalam konteks khusus pemasaran es krim yang mengandung alkohol, praktik bisnis yang etis menuntut agar pengusaha tidak hanya fokus pada keuntungan finansial semata, melainkan secara bertanggung jawab mempertimbangkan konsekuensi

²⁵ Nuravita, L. (2023). *Perlindungan terhadap konsumen atas hak informasi produk endorse* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim). Hlm.35.

sosial dan individu yang lebih luas dari produk mereka, terutama terkait kesejahteraan konsumen, kesehatan masyarakat, dan tanggung jawab sosial. Prinsip kejujuran dan transparansi menjadi sangat penting, terutama dalam hal pelabelan kandungan alkohol yang cukup tinggi, yaitu sebesar 40 persen. Pelaku usaha wajib mengungkapkan informasi ini secara terbuka agar konsumen dapat mengambil keputusan yang tepat, baik dari segi kesehatan, agama, maupun kepatuhan terhadap norma sosial. Sebagai hasilnya, etika bisnis membantu mencegah praktik dagang yang menyesatkan dan memprioritaskan kepentingan serta keselamatan konsumen.²⁶

Selain aspek kejujuran, etika bisnis juga mencakup kewajiban untuk mengutamakan keselamatan konsumen sebagai prioritas utama. Produk pangan seperti es krim dengan kadar alkohol tinggi memiliki risiko yang tidak kecil, terutama jika dikonsumsi oleh kelompok rentan seperti anak-anak, remaja, atau ibu hamil. Sebagai konsekuensi, pelaku usaha seharusnya menerapkan langkah preventif, seperti mencantumkan peringatan khusus pada kemasan, membatasi distribusi hanya kepada konsumen dewasa, serta melakukan edukasi publik tentang bahaya konsumsi alkohol berlebihan. Perilaku semacam itu tidak hanya menunjukkan komitmen pelaku usaha terhadap tanggung jawab sosial mereka, tetapi juga membentuk citra korporat yang positif dan

²⁶ Hanum, F., Tumangger, M. A. P., & Huda, V. A. (2023). Pengaruh Etika dan Tanggung Jawab Sosial terhadap Pemasaran Global. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(4). Hlm.76.

meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk serta integritas merek mereka.²⁷

Tanggung jawab sosial pelaku usaha atau CSR juga tidak terbatas pada kepatuhan formal terhadap regulasi. CSR mencakup upaya proaktif untuk menilai potensi dampak negatif produk terhadap masyarakat dan lingkungan, serta mengambil tindakan nyata untuk meminimalkan risiko tersebut. Konteks es krim beralkohol, misalnya, pelaku usaha dapat memilih untuk memproduksi varian non-alkohol sebagai alternatif bagi konsumen yang menolak konsumsi alkohol karena alasan kesehatan atau keyakinan agama. Langkah seperti ini menunjukkan itikad baik pelaku usaha dalam menghargai keragaman kebutuhan konsumen, sekaligus memperkuat hubungan jangka panjang dengan pasar. Etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan melampaui sekadar kepatuhan hukum; keduanya berfungsi sebagai tuntutan strategis yang mendasari kelangsungan jangka panjang, memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan, dan berkontribusi secara signifikan terhadap kesuksesan dan ketahanan jangka panjang suatu perusahaan. Perusahaan yang mengabaikan nilai etika dan tanggung jawab sosial cenderung menghadapi berbagai risiko, mulai dari kerugian finansial akibat tuntutan hukum hingga penurunan kepercayaan publik. Sebaliknya, pelaku usaha yang konsisten menerapkan etika bisnis akan lebih mudah

²⁷ Ismowati, M., Badruddin, S., & Yahya, H. A. (2024). *Kebijakan CSR: Membangun Masyarakat Berkelanjutan*. (Yogyakarta:Zahir Publishing 2024). Hlm. 65.

mempertahankan loyalitas konsumen, memperluas pasar, serta berkontribusi positif bagi kesejahteraan masyarakat. Dalam kerangka perlindungan konsumen, penerapan etika bisnis dan CSR terintegrasi secara mulus dan berfungsi sebagai landasan utama dalam membangun hubungan yang adil, transparan, dan saling menguntungkan antara produsen dan konsumen.²⁸

Dalam penelitian ini, perilaku etis dan tanggung jawab sosial pelaku usaha memiliki relevansi yang signifikan dan bobot yang substansial, terutama ketika ditinjau melalui perspektif perlindungan konsumen dalam konteks khusus distribusi es krim yang mengandung 40% alkohol. Etika bisnis berperan sebagai fondasi normatif yang membimbing pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas komersial secara bertanggung jawab, terutama dalam menjaga integritas informasi produk dan keselamatan konsumen. Ketika pelaku usaha tidak mencantumkan informasi yang jelas mengenai kandungan alkohol dalam produk es krim, maka mereka tidak hanya melanggar ketentuan hukum formal, tetapi juga mengingkari prinsip-prinsip etika bisnis seperti kejujuran (*honesty*), transparansi (*transparency*), dan itikad baik (*good faith*).

CSR berkaitan langsung dengan upaya proaktif untuk melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat luas. Penjualan es krim dengan kandungan alkohol tinggi kepada publik tanpa label peringatan atau

²⁸ Suarni, A., Trisnadewi, K. S., Santoso, E., Perdana, K., Amin, A., & Hala, Y. (2025). AKUNTANSI SOSIAL: Integrasi Etika dan Keberlanjutan Yang Bertanggung Jawab. Pustaka Peradaban. Hlm. 50.

pembatasan usia jelas merupakan bentuk pengabaian terhadap tanggung jawab sosial, khususnya terhadap konsumen anak-anak dan remaja yang rentan. Pelaku usaha seharusnya menyadari bahwa konsumsi alkohol dalam produk yang secara umum diasosiasikan dengan anak-anak seperti es krim dapat menimbulkan risiko sosial, kesehatan, dan bahkan keagamaan, terutama di negara mayoritas Muslim seperti Indonesia. Relevansi ini menjadi semakin penting mengingat sistem perlindungan konsumen yang ideal adalah sistem yang holistik, yang tidak hanya menuntut kepatuhan hukum, tetapi juga mengedepankan kesadaran etis dalam praktik bisnis sehari-hari. Integrasi perspektif etika bisnis dan CSR dalam penelitian ini merupakan bagian integral dari analisis menyeluruh terhadap perlindungan konsumen dalam kasus penjualan es krim beralkohol.

1.7.6 Upaya Hukum Dalam Perlindungan Konsumen

Tindakan hukum merupakan mekanisme formal yang ditetapkan oleh sistem peradilan untuk melindungi dan, jika diperlukan, memulihkan hak-hak individu atau entitas yang telah mengalami kerugian atau ketidakadilan²⁹. Tindakan hukum berfungsi sebagai alat penting untuk menegakkan dan mengimplementasikan hak-hak konsumen yang diatur dalam UUPK. Dalam kerangka ini, UUPK menetapkan dua jalur utama untuk penyelesaian sengketa: penyelesaian

²⁹ Saleh, I. N. S., Badilla, N. W. Y., Apriyanto, A., & Depari, D. P. (2024). *Buku Referensi Sistem Peradilan di Indonesia: Proses, Hak, dan Keadilan*. (Jambi:PT.Sonpedia Publishing Indonesia 2024). Hlm. 25.

non-litigasi (misalnya mediasi, arbitrase, atau penyelesaian administratif) dan proses litigasi (yaitu pengadilan formal melalui pengadilan).³⁰

Mekanisme penyelesaian sengketa di luar pengadilan melibatkan pengajuan kasus ke BPSK, yang merupakan lembaga yang dibentuk oleh pemerintah daerah untuk tujuan tersebut. BPSK berwenang menangani sengketa antara konsumen dan entitas bisnis, dan menggunakan metode penyelesaian sengketa alternatif seperti mediasi, konsiliasi, dan arbitrase untuk memfasilitasi penyelesaian yang adil dan efisien di luar sistem peradilan formal.³¹ Proses ini bersifat cepat, sederhana, dan biaya ringan, sehingga diharapkan dapat menjadi alternatif efektif dibandingkan jalur pengadilan. Sementara itu, upaya hukum litigasi dilakukan melalui peradilan umum dengan mengajukan gugatan perdata atau laporan pidana.

Ketika perusahaan melanggar kewajiban hukum atau perjanjian, konsumen berhak mengajukan gugatan perdata untuk menuntut ganti rugi atas kerugian yang mereka derita.³² Pengaduan pidana dapat diajukan apabila perbuatan yang dimaksud memenuhi unsur-unsur

³⁰ Tampubolon, W. S. (2016). Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 4(1), Hal. 57

³¹ Tauhiddah, T., Azheri, B., & Mannas, Y. (2020). Kewenangan Penyelesaian Sengketa Konsumen Lembaga Pembiayaan Antara Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Dengan Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa (LAPS). *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, 5(1), Hlm. 95

³² Rahim, A., & Rahim, M. I. F. (2021). *Pokok-Pokok Upaya Hukum Terhadap Putusan Pengadilan Dalam Perkara Perdata*. Humanities Genius. Hlm. 52

tindak pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 62 UUPK, yang mengenakan sanksi pidana terhadap pelaku usaha atas pelanggaran seperti mendistribusikan barang yang membahayakan keselamatan konsumen atau tidak memenuhi standar wajib. Dalam hal produk pangan, landasan hukum tambahan disediakan oleh UU 18 Tahun 2012, beserta peraturan pelaksanaannya, termasuk yang diterbitkan oleh BPOM. Instrumen-instrumen ini secara kolektif memberdayakan otoritas untuk mengambil tindakan penegakan hukum terhadap entitas yang memproduksi atau mendistribusikan produk pangan yang tidak aman, seperti yang mengandung alkohol melebihi batas yang diperbolehkan, terutama jika didistribusikan tanpa izin atau persetujuan regulasi yang diperlukan. Operator usaha yang bertanggung jawab dapat menghadapi berbagai sanksi: Tindakan administratif, termasuk penangguhan atau pencabutan izin usaha, penarikan produk secara wajib, dan penetapan denda administratif; Sanksi pidana, jika bukti menunjukkan adanya kelalaian berat atau kesengajaan yang menyebabkan kerugian serius terhadap kesehatan, keselamatan, atau kesejahteraan umum. Kerangka penegakan hukum berlapis ini mencerminkan komitmen negara dalam menjaga keamanan konsumen melalui pengawasan preventif dan pertanggungjawaban hukuman.³³

³³ Rahayu, M. (2019). *Analisis Hukum Pelaksanaan Tugas Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Dalam Pemberian Izin Edar Obat Tradisional* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin). Hlm. 67.

Dari sudut pandang yuridis, ketersediaan mekanisme hukum ini mencerminkan penerapan ganda dari doktrin perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan preventif diwujudkan melalui penetapan standar regulasi dan penerapan kerangka kerja pengawasan yang dirancang untuk mengantisipasi dan mengurangi potensi kerugian sebelum terjadi. Di sisi lain, perlindungan represif berlaku setelah kerugian terjadi, beroperasi melalui proses korektif seperti penyelesaian sengketa, penegakan tanggung jawab, dan penerapan sanksi terhadap pelaku usaha yang melanggar, sehingga memulihkan hak-hak dan mencegah pelanggaran di masa depan.³⁴ Integrasi sinergis antara dua modus perlindungan ini ditujukan untuk menciptakan keseimbangan antara kesejahteraan konsumen dan kepentingan bisnis, dengan tujuan akhir untuk mengembangkan pasar yang didasarkan pada keamanan, keadilan, dan kepercayaan mutual.

³⁴ Saputra, I. P. Y., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian Yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online Di Facebook. *Jurnal Preferensi Hukum*, 3(1), Hlm. 28.