

BAB 2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Perlindungan Hukum

2.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum

Sebagaimana diatur dalam Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyatakan bahwa “Negara Indonesia adalah negara hukum”, ketentuan tersebut menunjukkan bahwa seluruh penyelenggaraan negara dalam berbagai bidang harus berlandaskan serta tidak boleh bertentangan dengan hukum yang berlaku. Ketentuan ini juga diperkuat oleh Pasal 28D Ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menegaskan bahwa setiap orang berhak memperoleh pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum. Berdasarkan ketentuan tersebut, perlindungan hukum menjadi aspek yang sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat.

Perlindungan hukum adalah tindakan untuk memberikan perlindungan terhadap hak asasi manusia yang dilanggar oleh pihak lain sehingga menimbulkan kerugian, serta perlindungan ini bertujuan agar masyarakat dapat memperoleh dan menikmati hak-hak yang telah dijamin oleh hukum¹¹ bahwa hukum yang hadir di tengah kehidupan masyarakat adalah guna mengintegrasikan dan mengkoordinasi berbagai kepentingan yang dimungkinkan dapat saling bertubrukan satu sama lain

Menurut M. Isnaeni, “konsep perlindungan hukum dapat diklasifikasikan ke dalam dua bentuk berdasarkan sumber pembentukannya. Pertama, perlindungan hukum internal, yakni perlindungan yang lahir dari hubungan kontraktual para pihak”. Dalam perlindungan ini, para pihak secara

¹¹ Satjipto Raharjo, Ilmu Hukum, (Bandung: PT. Citra Aditya, 2014) hal.74

mandiri menyusun ketentuan, mekanisme, serta substansi perjanjian yang dimaksudkan untuk menjamin kepentingan masing-masing pihak yang terikat di dalamnya. Perjanjian tersebut bertujuan untuk menciptakan kepastian dan perlindungan hukum berdasarkan kesepakatan bersama, yang hanya dapat terwujud apabila para pihak memiliki kedudukan yang sejajar dan keseimbangan hak serta kewajiban.

Kedua, perlindungan hukum eksternal, yaitu bentuk perlindungan yang berasal dari intervensi negara melalui peraturan perundang-undangan atau kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah maupun lembaga berwenang. Perlindungan ini ditujukan terutama bagi pihak-pihak yang berada dalam posisi lemah agar terhindar dari praktik ketidakadilan. Oleh karena itu, peraturan yang dibentuk harus bersifat objektif, adil, dan tidak berpihak, dengan tujuan utama mencegah terjadinya penyalahgunaan, ketimpangan, serta kerugian bagi pihak yang secara struktural memiliki posisi yang lebih lemah¹²

2.1.2 Tujuan Perlindungan Hukum

Hukum sebagai suatu norma berfungsi sebagai pedoman bagi manusia dalam bertindak laku dan menjalankan hubungan sosial di dalam masyarakat. Hukum memberikan arahan mengenai tindakan yang seharusnya dilakukan maupun yang dilarang untuk dilakukan. Dengan adanya ketentuan tersebut, kehidupan masyarakat dapat berjalan secara tertib dan teratur. Hal ini dikarenakan hukum memiliki sifat mengatur perilaku manusia serta mengandung unsur perintah dan larangan. Selain itu, hukum juga memiliki sifat memaksa agar setiap anggota masyarakat mematuhi ketentuan hukum yang berlaku.

Menurut Subekti, “Hukum tidak hanya mencari keseimbangan antara berbagai kepentingan yang bertentangan sama lain akan tetapi juga

¹² Moch. Isnaeni, *Noktah Ambigu Norma Lembaga Jaminan Fidusia*, (Surabaya : PT. Revka Petra Media, 2017) h.94-96

tujuan tersebut dimaksudkan untuk menciptakan keseimbangan antara tuntutan keadilan dengan ketertiban atau kepastian hukum. Dengan demikian, hukum bertujuan menjamin terciptanya kepastian hukum dalam kehidupan masyarakat serta tetap berlandaskan pada nilai-nilai dan asas keadilan yang hidup di masyarakat itu¹³ dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum merupakan perwujudan pengimplementasian fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan-tujuannya yaitu keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum. Perlindungan hukum merupakan upaya perlindungan yang diberikan kepada subjek hukum berdasarkan aturan atau kaidah hukum, baik yang dilaksanakan secara preventif maupun represif, baik tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka upaya penegakan hukum

2.2 Tanggung Jawab Hukum

2.2.1 Pengertian Tanggung Jawab Hukum

Tanggung jawab merupakan bentuk kesadaran manusia terhadap perilaku atau perbuatan yang dilakukan, baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Tanggung jawab juga dapat dimaknai sebagai tindakan yang dilakukan sebagai wujud kesadaran atas kewajiban yang dimiliki. Pada dasarnya, tanggung jawab bersifat kodrati karena menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Setiap individu memiliki tanggung jawab yang harus dipenuhi sebagai konsekuensi atas perbuatan yang dilakukannya.

Menurut hukum perdata landasan pertanggungjawaban dibedakan menjadi dua macam, yaitu kesalahan dan risiko. *Liability* merupakan istilah dalam hukum yang memiliki cakupan luas dan digunakan untuk menunjukkan berbagai bentuk risiko atau tanggung jawab, baik yang bersifat pasti maupun yang masih bergantung pada keadaan tertentu.

¹³ CST. Kansil, Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2009), h. 54

Istilah ini mencakup berbagai hak dan kewajiban, baik yang bersifat aktual maupun potensial, seperti kerugian, ancaman, pelanggaran, biaya, maupun kondisi tertentu yang menimbulkan kewajiban untuk melaksanakan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Istilah *responsibility* mengandung makna kewajiban seseorang untuk menanggung serta mempertanggungjawabkan suatu tindakan maupun pelaksanaan kewajiban tertentu. Konsep ini juga berkaitan dengan kemampuan, kecakapan, keterampilan, serta kewenangan dalam menjalankan ketentuan hukum yang berlaku. Sementara itu, istilah *liability* dalam praktik hukum lebih menitikberatkan pada tanggung gugat secara yuridis yang muncul akibat adanya kesalahan yang dilakukan oleh subjek hukum. Berbeda dengan *liability*, *responsibility* umumnya digunakan untuk menunjuk bentuk pertanggungjawaban dalam ranah politik.

Tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha terhadap konsumen yang mengalami kerugian dapat diwujudkan dalam beberapa bentuk pertanggungjawaban, antara lain sebagai berikut:¹⁴

a. *Contractual Liability*

Merupakan bentuk tanggung jawab perdata yang timbul dari adanya hubungan hukum berupa perjanjian atau kontrak antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam konteks ini, pelaku usaha berkewajiban menanggung kerugian yang dialami konsumen apabila terbukti terjadi wanprestasi atau pelanggaran terhadap ketentuan kontrak yang berkaitan dengan barang atau jasa yang diperdagangkan.

b. *Product Liability*

¹⁴ Johannes Gunawan, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen" Jurnal Hukum Bisnis, Jakarta : Yayasan Pengembangan Hukum Bisnis, 1999. Hal. 45-46

merupakan pertanggungjawaban perdata yang bersifat langsung atau *strict liability*, di mana pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian konsumen yang timbul akibat penggunaan produk yang cacat, tidak memenuhi standar, atau tidak sesuai dengan yang diperjanjikan, meskipun tidak terdapat hubungan kontraktual secara langsung (*no privity of contract*). Dalam hal ini, pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian yang ditimbulkan oleh produk tersebut, dengan beban pembuktian kesalahan dialihkan kepada pelaku usaha.

c. *Professional Liability*

bentuk perlindungan konsumen di mana profesional/pelaku usaha bertanggung jawab secara hukum atas kerugian klien akibat kelalaian atau pelanggaran tugas profesional mereka, sering dilindungi asuransi *Professional Indemnity*, dan diatur dalam UUPK sebagai salah satu prinsip tanggung jawab pelaku usaha selain *product liability* (tanggung jawab produk) dan *contractual liability* (tanggung jawab kontrak). Ini melindungi konsumen yang dirugikan oleh jasa profesional, memberikan mekanisme tuntutan ganti rugi (baik di pengadilan maupun di luar pengadilan melalui BPSK), dan menerapkan pembalikan beban pembuktian (produsen harus membuktikan tidak bersalah).

d. *Criminal Liability*

Merupakan bentuk pertanggungjawaban pidana yang dikenakan kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen, seperti memperdagangkan barang yang tidak memenuhi standar atau memberikan informasi yang menyesatkan kepada konsumen. Sanksi pidana dijatuhkan sebagai wujud pertanggungjawaban pelaku usaha kepada negara.

2.2.2 Prinsip Tanggung Jawab Hukum

Pembahasan mengenai tanggung jawab tidak dapat dipisahkan dari prinsip-prinsip tanggung jawab, mengingat prinsip tersebut memiliki peranan yang fundamental dalam upaya perlindungan konsumen. Menurut Shidarta dikenal beberapa prinsip tanggung jawab yang menjadi dasar penentuan pertanggungjawaban, yaitu:¹⁵

- a. Prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan atau kelalaian (*fault liability*)

Prinsip ini menghendaki bahwa seseorang atau pihak yang berada di bawah pengawasannya hanya dapat dimintai pertanggungjawaban hukum apabila dapat dibuktikan adanya unsur kesalahan dalam perbuatan yang dilakukannya.

- b. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab (*Rebuttable Presumption of Liability*)

Dalam prinsip ini, pelaku usaha pada dasarnya diasumsikan bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen. Namun demikian, asumsi tersebut bersifat tidak mutlak, karena pelaku usaha masih diberikan kesempatan untuk membuktikan bahwa kerugian yang terjadi tidak disebabkan oleh produk atau jasa yang diperdagangkannya, melainkan oleh faktor lain di luar tanggung jawabnya.

- c. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab (*Presumption of Nonliability*)

Prinsip ini menempatkan pelaku usaha pada posisi tidak serta-merta bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen. Tanggung jawab baru dapat dibebankan apabila konsumen atau pihak yang dirugikan mampu membuktikan adanya unsur kesalahan atau adanya hubungan sebab akibat antara produk yang digunakan dengan kerugian yang diderita

- d. Prinsip tanggung jawab mutlak (*Strict Liability*)

¹⁵ Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, (Jakarta: PT Grasindo, 2004), h. 59

Prinsip tanggung jawab mutlak mengharuskan pelaku usaha untuk menanggung kerugian yang dialami konsumen akibat produk yang cacat atau tidak memenuhi standar yang ditetapkan, tanpa mensyaratkan pembuktian adanya unsur kesalahan atau kelalaian. Dengan demikian, fokus pertanggungjawaban terletak pada akibat yang ditimbulkan oleh produk, bukan pada perilaku atau niat dari pelaku usaha

Prinsip pertanggungjawaban berdasarkan kesalahan menekankan bahwa seseorang dapat dimintai pertanggungjawaban apabila perbuatannya yang mengandung unsur kesalahan menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Berbeda dengan itu, prinsip tanggung jawab atas risiko tidak mensyaratkan pihak yang dirugikan untuk membuktikan adanya kesalahan dari pelaku usaha. Dalam prinsip ini, pelaku usaha secara langsung memikul tanggung jawab atas kerugian yang terjadi sebagai konsekuensi dari kegiatan usahanya.

2.3 Perlindungan Konsumen

2.3.2 Pengertian Perlindungan Konsumen

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UUPK menyatakan bahwa, “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Kemudian dalam *Black’s Law Dictionary*, istilah perlindungan konsumen didefinisikan sebagai suatu bentuk regulasi atau peraturan perundang-undangan yang berfungsi untuk melindungi hak-hak konsumen dalam kegiatan penggunaan barang dan jasa “a statute that safeguards consumers in the use goods and services”. Pengertian ini menekankan bahwa konsumen merupakan pihak yang rentan terhadap kemungkinan kerugian akibat kegiatan usaha yang tidak adil atau oleh pelaku usaha. Perlindungan konsumen menjadi bagian dari hukum yang berisi prinsip-prinsip dan aturan- aturan. Tujuannya adalah mengatur sekaligus melindungi hak dan

kepentingan konsumen. Hukum ini selain memberi pedoman, tetapi juga menjamin bahwa konsumen tidak dirugikan¹⁶

Perlindungan konsumen oleh karena itu tidak hanya dimaknai sebagai upaya hukum dalam mengatasi kerugian setelah terjadi, tetapi juga sebagai bentuk pencegahan melalui regulasi yang mengatur standar kualitas barang, kejelasan informasi produk, dan tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk yang mereka pasarkan.¹⁷

2.3.3 Bentuk Perlindungan Konsumen

Perlindungan hukum merupakan pemberian perlindungan terhadap hak asasi manusia yang mengalami kerugian akibat perbuatan orang lain. Perlindungan ini ditujukan agar masyarakat dapat menikmati seluruh hak yang dijamin oleh hukum. Dengan kata lain, perlindungan hukum mencakup berbagai tindakan yang harus dilakukan oleh aparat penegak hukum untuk menciptakan rasa aman, baik secara mental maupun fisik, dari gangguan atau ancaman yang berasal dari pihak manapun¹⁸

Perlindungan hukum adalah upaya menjaga harkat dan martabat serta mengakui hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku, baik sebagai wewenang maupun sebagai kumpulan aturan atau norma yang bertujuan melindungi sesuatu dari gangguan atau kerugian. Dalam konteks konsumen, perlindungan hukum berarti memberikan jaminan atas hak-hak pelanggan agar tidak mengalami pelanggaran atau ketidakpuhan hak tersebut

¹⁶ AZ.Nasution, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial Ekonomi dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen*, (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1995), h. 64

¹⁷ Paulus Manggala Putera Pandie dan Sukardan Aloysius, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Pencantuman Label Pangan menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Birokrasi: JURNAL ILMU HUKUM DAN TATA NEGARA, Vol. 2, No.1, 2023, h. 14.

¹⁸ Satjipto Raharjo, loc.cit

Menurut Mochammad Isnaeni, bahwa berdasarkan sumbernya, perlindungan hukum dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu:¹⁹

1. Perlindungan hukum Internal

Perlindungan hukum internal merupakan bentuk perlindungan hukum yang lahir melalui perjanjian yang dibuat oleh para pihak. Dalam hal ini, para pihak menyusun sendiri klausula-klausula atau isi perjanjian yang bertujuan memberikan perlindungan hukum bagi pihak-pihak yang terikat di dalamnya. Perjanjian tersebut dibuat untuk mengakomodasi kepentingan masing-masing pihak berdasarkan kesepakatan bersama. Perlindungan hukum melalui perjanjian dapat terwujud apabila para pihak memiliki kedudukan yang setara sehingga tercipta keseimbangan dalam hubungan hukum tersebut.

2. Perlindungan hukum eksternal

Perlindungan hukum eksternal merupakan bentuk perlindungan hukum yang dibentuk oleh pihak yang berwenang melalui peraturan perundang-undangan guna melindungi kepentingan pihak yang lemah. Pada dasarnya, suatu peraturan harus disusun secara seimbang, proporsional, dan tidak memihak kepada pihak tertentu. Perlindungan hukum eksternal bertujuan untuk mencegah terjadinya ketidakadilan, tindakan sewenang-wenang terhadap kepentingan pihak lain, serta kerugian yang dapat dialami oleh pihak yang memiliki posisi lebih lemah..

2.3.4 Asas-asas Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan upaya kolaboratif antara masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah, dengan berpedoman pada lima asas yang diuraikan dalam Pasal 2 UUPK yaitu:

1. Asas manfaat

Asas manfaat bertujuan untuk memastikan bahwa setiap langkah dalam pelaksanaan perlindungan konsumen mampu memberikan keuntungan

¹⁹ Moch. Isnaeni, Pengantar Hukum Jaminan Kebendaan, (Surabaya: PT. Revka Petra Media, 2016), h. 159

yang optimal, baik bagi konsumen maupun bagi pelaku usaha secara menyeluruh.

2. Asas Keadilan

Asas keadilan bertujuan untuk mendorong keterlibatan aktif seluruh elemen masyarakat secara optimal, serta menjamin bahwa baik konsumen maupun pelaku usaha memiliki peluang yang setara untuk menerima hak-haknya dan menjalankan kewajibannya secara seimbang dan adil.

3. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan menciptakan harmoni antara kepentingan konsumen, pelaku usaha atau produsen, dan pemerintah, baik dalam aspek materiil maupun non-materiil, sehingga tercapai hubungan yang selaras di antara ketiganya.

4. Asas Keamanan dan Keselamatan

Asas keamanan dan keselamatan konsumen mengandung makna bahwa setiap konsumen berhak memperoleh jaminan perlindungan atas keamanan serta keselamatan dirinya dalam proses menggunakan, memakai, maupun memanfaatkan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi. Asas ini menekankan pentingnya tanggung jawab pelaku usaha untuk memastikan bahwa produk yang beredar tidak menimbulkan risiko yang dapat merugikan kesehatan, keselamatan, atau bahkan nyawa konsumen, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

5. Asas Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum bertujuan untuk memastikan bahwa baik pelaku usaha maupun konsumen mematuhi aturan yang berlaku dalam rangka pelaksanaan perlindungan konsumen. Dalam hal ini, setiap pihak diharapkan mendapatkan perlindungan yang adil dan sesuai dengan hukum yang berlaku.

2.3.5 Tujuan Perlindungan Konsumen

Prinsip-prinsip dasar perlindungan konsumen yang telah dijelaskan sebelumnya mencerminkan bentuk komitmen dalam mewujudkan tujuan utama dari perlindungan hukum bagi konsumen. Hal ini sejalan dengan ketentuan dalam Pasal 3 UUPK yang memuat berbagai tujuan dari perlindungan hukum terhadap konsumen, Perlindungan konsumen merupakan sasaran yang hendak dicapai atau kondisi ideal yang ingin diwujudkan melalui berbagai upaya. Oleh karena itu, perencanaan dan pembangunan sistem perlindungan konsumen harus dilakukan secara terstruktur dan dimulai sejak dini. Tujuan dari perlindungan konsumen meliputi berbagai kegiatan yang berkaitan dengan pembentukan serta pelaksanaan sistem perlindungan yang efektif. Penyusunan tujuan ini dilakukan secara bertahap, dimulai dari peningkatan kesadaran hingga pemberdayaan konsumen. Namun, dalam praktiknya, pencapaian tujuan tidak selalu harus mengikuti urutan tahapan tersebut, melainkan dapat disesuaikan dengan tingkat urgensi masing-masing. Sebagai contoh, upaya untuk meningkatkan kualitas barang tidak perlu menunggu sampai tercapainya peningkatan kesadaran konsumen terlebih dahulu. Dalam penerapan yang ideal, seluruh tujuan perlindungan konsumen sebaiknya dijalankan secara bersamaan untuk hasil yang lebih optimal²⁰

2.4 Konsumen

2.4.1 Pengertian Konsumen

Menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyatakan bahwa konsumen adalah setiap orang, pemakai barang dan/ jasa, yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan. Tidak hanya UUPK, pengertian konsumen dapat dijumpai dalam Undang-Undang No.

²⁰ Wahyu Sasongko, *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandar Lampung: Universitas lampung, 2007), h. 40

5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang memberikan definisi konsumen adalah setiap pemakai dan atau pengguna barang dan atau jasa, baik untuk kepentingan sendiri, maupun untuk kepentingan orang lain. Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 tentang pangan mendefinisikan bahwa konsumen adalah setiap orang yang membeli dan/atau menggunakan Pangan bagi dirinya dan/atau keluarga dan tidak untuk diperdagangkan. Meskipun demikian, pengertian konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen secara umum dapat dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Konsumen dalam arti umum, yakni setiap pihak yang memakai, menggunakan, dan/atau memanfaatkan barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu.
2. Konsumen antara, yaitu pihak yang memakai, menggunakan, dan/atau memanfaatkan barang dan/atau jasa untuk diolah kembali menjadi barang atau jasa lain maupun untuk diperdagangkan kembali dengan tujuan memperoleh keuntungan. Konsumen jenis ini pada dasarnya dapat disamakan dengan pelaku usaha.
3. Konsumen akhir, yaitu pihak yang memakai, menggunakan, dan/atau memanfaatkan barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangga, serta tidak untuk diperjualbelikan kembali.

Perlindungan hukum yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) secara tegas ditujukan kepada konsumen akhir. Oleh karena itu, setiap kali istilah 'konsumen' digunakan dalam UUPK maupun dalam peraturan terkait perlindungan konsumen lainnya, yang dimaksud adalah konsumen akhir

Hal penting yang perlu digaris bawahi dalam definisi konsumen ini adalah adanya syarat "tidak untuk diperdagangkan", yang menandakan bahwa konsumen tersebut merupakan konsumen akhir (*end/ultimate consumer*). Syarat ini sekaligus membedakan konsumen akhir dari

konsumen antara (*intermediate consumer*).²¹

2.1.2 Hak dan Kewajiban Konsumen

Konsumen sebagai subjek dalam UUPK mempunyai hak dan kewajiban yang wajib dilaksanakan dan dijalankan secara hukum. Menurut Pasal 4 UUPK menyatakan bahwa konsumen memiliki hak- hak yang harus dilindungi antara lain:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen.
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan Kewajiban konsumen terdapat pada Pasal 5 UUPK antara lain

²¹ Ratnawati, Elfrida, Faruqy Nailufar, dan Rosdiana Rosdiana. *Perlindungan Konsumen Atas Penyebaran Berita Bohong Melalui Transaksi Elektronik Yang Mengakibatkan Kerugian Konsumen*. Jurnal de jure Vol. 15, no. 1, 2023, h. 7.

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

2.1.3 Sengketa Konsumen

Definisi sengketa konsumen dapat ditemukan pada Pasal 1 angka 8 Kepmenperindag No.350/MPP/Kep/12/2001 Tentang Pelaksanaan Tugas Dan Wewenang. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. sengketa konsumen adalah sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang dan/atau memanfaatkan jasa.²² Konsumen dapat melakukan upaya hukum apabila terjadi sengketa dengan pelaku usaha untuk memulihkan haknya dengan mendapatkan kompensasi atau ganti kerugian, karena ini sudah menjadi hak bagi seorang konsumen untuk mendapatkan advokasi dan perlindungan, serta penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut Merujuk pada Pasal 45 Ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan “Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.” Berdasarkan Pasal tersebut, maka penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dapat dilakukan melalui pengadilan atau di luar pengadilan

perbedaan kepentingan antara konsumen dan pelaku usaha sering kali memicu potensi timbulnya sengketa konsumen. Dalam menghadapi keluhan

²² Acis Prio Agus Santoso, Ecclisa Sulistyowati, dan Tri Wisudawati *Hukum Perlindungan Konsumen(suatu pendekatan praktis dan aplikatif)*(PUSTAKABARUPRESS:Yogyakarta,2006) h.155

terhadap produk, pelaku usaha cenderung memilih penyelesaian secara tertutup. Sebaliknya, konsumen lebih menginginkan penyelesaian melalui jalur terbuka atau publik agar masalah dapat diselesaikan secara menyeluruh. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui dua jalur, yaitu melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai lembaga di luar sistem peradilan Tugas dan wewenang BPSK terdapat dalam Pasal 52 UUPK. Dari berbagai bentuk penyelesaian sengketa di luar pengadilan, Undang-Undang Perlindungan Konsumen hanya mengatur 3 (tiga) mekanisme penyelesaian sengketa, yaitu arbitrase, konsiliasi, dan mediasi. Selain melalui jalur tersebut, penyelesaian sengketa juga dapat ditempuh melalui pengadilan negeri yang memiliki wilayah hukum sesuai dengan domisili konsumen.²³

2.5 Pelaku Usaha

2.5.1 Pengertian Pelaku Usaha

Definisi pelaku usaha sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat dijelaskan sebagai berikut.

Pelaku Usaha adalah setiap perseorangan 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 penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Dalam penjelasan Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud dengan pelaku usaha mencakup berbagai entitas seperti perusahaan, korporasi, badan usaha milik negara (BUMN), koperasi, importir, pedagang, distributor, serta bentuk usaha lainnya yang melakukan kegiatan produksi atau perdagangan barang

²³ Irawan, Surya, Deny Guntara, and Muhamad Abas. Penyelesaian Sengketa Konsumen Dan Kepastian Hukum Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. *Collegium Studiosum Journal*, Vol 6 No.2, 2023, h.16

dan/atau jasa

Dalam dunia bisnis, pelaku usaha sering juga disebut sebagai produsen. Mereka adalah pihak yang menjalankan kegiatan produksi untuk menciptakan berbagai produk yang dibutuhkan masyarakat. Proses produksi ini melibatkan pengolahan bahan mentah menjadi barang jadi melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi, sehingga menghasilkan produk siap pakai yang dapat dikonsumsi atau digunakan oleh masyarakat luas. Dengan demikian, peran produsen sangat vital dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat melalui berbagai produk dan jasa yang mereka hasilkan. Setiap barang yang kita gunakan dan konsumsi sehari-hari merupakan hasil kerja dari para pelaku usaha ini²⁴

2.5.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak-hak pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila tidak terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

²⁴ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2010), h 519

Sebagai bentuk tanggung jawab atas hak-hak yang dimiliki konsumen, pelaku usaha juga memiliki sejumlah kewajiban yang harus dipenuhi, sebagaimana diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, di antaranya adalah:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur, serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu, serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau jasa penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian

2.5.3 Larangan bagi Pelaku Usaha

Sebagaimana telah dibahas sebelumnya, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) merumuskan pengertian pelaku usaha secara luas. Istilah pelaku usaha dalam UUPK tidak hanya merujuk pada produsen, tetapi juga mencakup distributor beserta jaringannya, importir, hingga pelaku usaha di bidang periklanan.

Meskipun pada dasarnya terdapat perbedaan antara aktivitas usaha yang dijalankan oleh pabrikan dan distributor, Undang-Undang tidak memberikan pembedaan terkait kewajiban yang harus dipenuhi oleh

keduanya.²⁵ Pertanggungjawaban memiliki kaitan yang erat dengan bentuk dan jenis ganti rugi yang dapat dikenakan terhadap pelaku usaha yang melanggar satu atau lebih ketentuan dalam Undang-Undang ini. Dalam konteks hukum pembuktian, momen dimulainya atau berakhirnya tanggung jawab dari suatu pelaku usaha, serta proses peralihannya kepada pelaku usaha lain, harus dapat dibuktikan secara jelas. Hal ini bertujuan untuk melindungi kepentingan konsumen maupun pelaku usaha lainnya, sehingga prinsip kepatutan, keadilan, dan kepastian hukum bagi seluruh pihak dapat terwujud.

Larangan-larangan terhadap pelaku usaha diatur dalam Bab IV Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang mencakup sepuluh Pasal, yaitu Pasal 8 hingga Pasal 17. Secara umum, ketentuan dalam Pasal-Pasal tersebut menunjukkan bahwa hampir seluruh larangan yang berlaku bagi pelaku usaha di sektor produksi (pabrikan) juga diberlakukan terhadap pelaku usaha di bidang distribusi.

Secara umum, larangan yang termuat dalam Pasal 8 UUPK dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama:²⁶

1. larangan terhadap peredaran produk yang tidak memenuhi syarat dan standar kelayakan untuk digunakan, dimanfaatkan, atau dikonsumsi oleh konsumen. Kelayakan produk ini mencerminkan standar minimum yang wajib dipenuhi oleh barang dan/atau jasa sebelum dapat dipasarkan secara luas kepada masyarakat.
2. larangan dalam hal penyampaian informasi yang tidak benar, tidak akurat, atau bersifat menyesatkan konsumen. Informasi mengenai produk memiliki peran penting bagi konsumen dalam menentukan pilihan yang sesuai dengan kebutuhannya. Oleh karena itu, pelaku usaha

²⁵ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, (Gramedia Pustaka Utama:2003) h.35

²⁶ Yessy Kusumadewi dan Grace Sharon, op.cit, h, 67

berkewajiban memberikan informasi yang jujur, lengkap, dan akurat terkait produk yang diproduksi maupun diperdagangkan

2.6 Label Pangan

2.6.1 Pengertian label pangan

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, label pangan diartikan sebagai keterangan mengenai pangan yang dapat berupa tulisan, gambar, atau kombinasi keduanya, yang dicantumkan pada, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau dicetak menjadi bagian dari kemasan pangan label pada produk pangan minimal memuat beberapa keterangan diantaranya:

1. Nama Produk Pangan

Setiap produk pangan wajib mencantumkan nama produknya. Nama tersebut memberikan identitas serta menunjukkan karakteristik produk secara nyata. Untuk produk yang telah diatur dalam Standar Nasional Indonesia (SNI), penggunaan nama produk bersifat wajib

2. Daftar Bahan yang Digunakan

Informasi bahan-bahan yang digunakan dalam pangan harus dicantumkan dengan urutan dari jumlah terbesar, kecuali vitamin, mineral, dan zat gizi tambahan. Bahan tambahan pangan dan bahan pengawet juga harus dinyatakan secara jelas. Jika ada bahan yang ditambahkan, diperkaya, atau difortifikasi, informasi tersebut wajib dicantumkan selama tidak menyesatkan konsumen.

3. Berat Bersih atau Isi Bersih

Berat atau isi bersih produk menggambarkan jumlah pangan dalam kemasan, dinyatakan dalam satuan metrik seperti gram, kilogram, liter, atau mililiter. Produk berbentuk padat dinyatakan dengan satuan berat, produk cair dengan satuan isi, dan produk semi padat atau kental dapat menggunakan salah satu dari kedua satuan tersebut.

4. Nama dan Alamat Produsen

Label harus mencantumkan nama serta alamat produsen, importir,

atau pihak yang mengedarkan produk ke Indonesia. Nama kota, kode pos, dan negara "Indonesia" harus dicantumkan di bagian utama label, sedangkan informasi lebih rinci tentang nama dan alamat ditulis di bagian informasi

5. Tanggal kedaluwarsa

Produk pangan wajib mencantumkan tanggal kedaluwarsa yang menunjukkan batas akhir jaminan mutu produk selama disimpan sesuai petunjuk. Keterangan ini harus dicantumkan secara terpisah dari istilah "Baik Digunakan Sebelum" dan diletakkan di lokasi yang mudah terlihat.

6. Nomor Pendaftaran Pangan

Label pangan harus mencantumkan nomor pendaftaran. Produk dalam negeri diberi kode "MD" (Makanan Dalam Negeri), sedangkan produk impor menggunakan kode "ML" (Makanan Luar Negeri).

7. Kode produksi

Kode produksi menunjukkan informasi tentang riwayat produksi suatu pangan yang dibuat dalam kondisi dan waktu yang sama. Kode ini juga biasanya dilengkapi dengan tanggal produksi, meliputi hari, bulan, dan tahun

8. Petunjuk Penggunaan, Penyajian, dan Penyimpanan

Untuk produk yang perlu dipersiapkan sebelum dikonsumsi, label harus memuat petunjuk penggunaan dan penyimpanan. Pada pangan kemasan yang tidak langsung habis dalam sekali konsumsi, harus dicantumkan juga cara penyimpanan setelah kemasan dibuka. Jika diperlukan, label dapat memuat saran penyajian disertai gambar bahan pangan lain yang relevan dan dilengkapi keterangan "saran penyajian"

. Berdasarkan Undang-Undang No 18 Tahun 2012 tentang pangan Pencantuman label pada kemasan pangan bertujuan untuk memberikan informasi yang benar dan jelas kepada masyarakat mengenai asal produk,

tingkat keamanan, mutu, kandungan gizi, serta keterangan lain.

2.6.2 Fungsi Label

Label tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga berperan sebagai sarana promosi dan pembentukan citra (branding) suatu produk. Menurut Kotler label memiliki beberapa fungsi utama, yaitu: mengidentifikasi produk atau merek, menentukan klasifikasi produk, memberikan berbagai informasi terkait produk (seperti siapa produsen, lokasi dan waktu pembuatan, isi produk, cara penggunaan, serta petunjuk penggunaan yang aman), serta mendukung promosi produk melalui tampilan gambar yang menarik.²⁷

Tujuan dari pencantuman label adalah untuk memberikan informasi mengenai isi produk tanpa perlu membuka kemasannya.²⁸ Label juga berfungsi sebagai media komunikasi antara produsen dan konsumen terkait hal-hal penting yang tidak dapat diketahui secara kasat mata. Selain itu, label bertujuan memberikan petunjuk yang tepat kepada konsumen agar produk dapat digunakan secara optimal, berperan sebagai sarana promosi, serta memberikan rasa aman bagi konsumen dalam menggunakan produk tersebut.

2.7 PT. Artha Eka Global Asia

2.7.1 Pengertian PT. Artha Eka Global Asia

PT. Artha Eka Global Asia (AEGA) adalah perusahaan holding yang didirikan pada tahun 2022 dan berkantor pusat di Jakarta Selatan. AEGA menaungi berbagai lini bisnis, antara lain perdagangan domestik dan internasional, properti, konstruksi, pergudangan, logistik, serta

²⁷ Imani, R. D., H. Sucipto, Nur Afridah, Muhammad Syaifulloh, and Slamet Bambang Riono. "Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Randusanga Wetan." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Citakarya* Vol 1, no. 1, 2023 h.45

²⁸ Purwanta, I. N. G. T. P., Mahendrawati, N. L. M., dan Ujjianti, N. M. P. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Peredaran Barang yang Diproduksi Tidak Sesuai dengan Label*. Jurnal Konstruksi Hukum, Vol 2, No. 2021, h. 9

manufaktur makanan dan minuman. Dengan jumlah karyawan antara 51-200 orang, AEGA menargetkan menjadi perusahaan terdepan dalam penyediaan produk pangan dan barang konsumen di Indonesia²⁹ AEGA terdaftar sebagai badan hukum di Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia dengan nomor AHU-0072532.AH.01.Tahun 2024. Selain itu, AEGA merupakan pelaku usaha repacker Minyakita yang terdaftar resmi sebagai produsen Minyakita, produk minyak goreng bersubsidi yang diinisiasi pemerintah untuk menjaga stabilitas harga dan ketersediaan minyak goreng di masyarakat.

2.7.2 Jenis Produk PT. Artha Eka Global Asia

AEGA memiliki visi untuk menjadi pemimpin pasar dalam produk pangan serta produk konsumen, dengan kompetensi di bidang manufaktur, pemasaran, konsultasi bisnis, dan layanan distribusi. Salah satu produk andalan yang sempat menjadi perhatian nasional adalah minyak goreng merek Minyakita, yang diposisikan sebagai produk strategis nasional dan mendapat sorotan karena perannya dalam memenuhi kebutuhan minyak goreng masyarakat luas. Selain itu, AEGA juga aktif dalam bidang manufaktur makanan dan minuman, Selain itu, perusahaan ini menyediakan layanan logistik dan pergudangan guna mendukung distribusi produk konsumen secara efisien. AEGA juga bergerak di sektor percetakan digital dan offset, khususnya untuk kebutuhan kemasan dan promosi produk. Di ranah teknologi digital, AEGA mengembangkan software dan hardware yang mendukung operasional bisnis secara menyeluruh. Tidak hanya itu, perusahaan ini juga menawarkan jasa konsultasi bisnis dan pengelolaan aset bagi klien korporat, memperkuat posisinya sebagai penyedia solusi bisnis terpad

²⁹ PT Artha Eka Global Asia (AEGA Grup), 2025, *Profil Perusahaan di LinkedIn*, <https://id.linkedin.com/company/aegagrup>, Diakses pada tanggal 13 Mei 2025 pukul 20.45 WIB.