



SKRIPSI

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP ISI
PRODUK BISKUIT YANG TIDAK SESUAI DENGAN BERAT BERSIH
PADA LABEL KEMASAN**

*Legal Protections For Consumers To The Content Of Biscuite Products Not
Compatible With Clean Weight On Label Packing*

Oleh :

AYU RATNASARI

140710101308

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS HUKUM

2018



SKRIPSI

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP ISI
PRODUK BISKUIT TIDAK SESUAI DENGAN BERAT BERSIH PADA
LABEL KEMASAN**

*Legal Protections For Consumers To The Content Of Biscuite Products Not
Compatible With Clean Weight On Label Packing*

Oleh :

AYU RATNASARI

140710101308

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS HUKUM

2018

Halaman Motto

¹"Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak." (Aldus Huxley)

Aldus Huxley, 2015, *Contoh Motto Terbaru dalam Skripsi*, diakses dari <https://www.maribelajarbk.web.id/2015/03/contoh-motto-terbaru-dalam-skripsi.html> pada tanggal 12 Juli 2018 pukul 10.15 WIB.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur atas rahmat Tuhan yang Maha Esa, penulis mempersembahkan skripsi ini untuk:

- 1. Kedua orang tua yang sangat penulis sayangi, hormati, dan banggakan ayahanda Alm. Hari Agus dan Ibunda Siti Fatimah, Pakde Eka Suhartono. S.E dan Bude saya tercinta Ir.Suharni dan Kakak-Kakak saya Heni Purwati Ningsih. S.P dan dr.Puspa Ningrum yang selalu memberikan doa restu, kasih sayang, semangat, dukungan, serta semua pengorbanan yang tidak ternilai oleh apapun;**
- 2. Almamater tercinta Fakultas Hukum Universitas Jember, yang penulis banggakan; dan**
- 3. Guru-guruku sejak Taman Kanak-Kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), sampai Sekolah Menengah Atas (SMA), serta Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan telah mendidik serta membimbing penulis dengan penuh kesabaran untuk selalu lebih baik lagi hingga saat ini.**

PERSETUJUAN
SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI

Oleh:

Dosen Pembimbing Utama.

Edi Wahjuni, S.H., M.Hum.

NIP. 196812302003122001

Dosen Pembimbing Anggota

Dr. Ermanto Fahamsyah, S.H., M.H.

NIP. 197905142003121002

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Isi Produk Biskuit Tidak
Sesuai dengan Berat Bersih Pada Label Kemasan”**

Oleh:

AYU RATNASARI

NIM. 140710101308

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Anggota

Edi Wahjuni, S.H., M.Hum..
NIP. 196812302003122001

Dr. ERMANTO FAHAMSYAH, S.H., M.H.
NIP. 197905142003121002

Mengesahkan:

Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi

Universitas Jember

Fakultas Hukum

Dekan

Dr. NURUL GHUFRON, S.H., M.H.

NIP. 197409221999031003

PENETAPAN PANITIA PENGUJI

Dipertahankan di hadapan panitia penguji:

Hari : Kamis

Tanggal : 27

Bulan : September

Tahun : 2018

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

Panitia Penguji:

Ketua

Sekretaris

Iswi Hariyani, S.H., M.H
NIP: 196212161988022001

Emi Zulaika, S.H., M.H
NIP: 197703022000122001

Anggota Penguji:

Edi Wahjuni, S.H., M.Hum.
NIP. 196812302003122001

.....

Dr. Ermanto Fahamsjah, S.H., M.H :
NIP. 197905142003121002

.....

PERNYATAAN

Saya sebagai penulis yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : AYU RATNASARI

NIM : 140710101308

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Isi Produk Biskuit Tidak Sesuai dengan Berat Bersih Pada Label Kemasan" adalah benar-benar karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak lain serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 2018

Yang Menyatakan,

AYU RATNASARI
NIM. 140710101308

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Tuhan yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi dengan judul: Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Isi Produk Biskuit yang Tidak Sesuai dengan Berat bersih Pada Label Kemasa ini dapat terselesaikan dengan cepat dan tepat. Penulisan ini diajukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) di Fakultas Hukum Universitas Jember.

Penulisan ini dapat terselesaikan dengan adanya bantuan dari beberapa pihak. Maka sudah selayaknya pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Edi Wahjuni, S.H., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing Utama, yang telah memberi dukungan, bimbingan dan saran dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Dr. Ermanto Fahamsyah, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Anggota, yang telah memberi dukungan, bimbingan dan saran dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ibu Iswi Hariyani, S.H., M.H. selaku ketua penguji yang telah memberikan masukan dan motivasi untuk terus maju menuju yang lebih baik;
4. Ibu Emi Zulaika, S.H., M.H. selaku sekertaris penguji yang telah memberikan masukan dan motivasi untuk terus maju dan semangat menjalani hidup;
5. Dr. Nurul Ghufron, S.H., M.H. selaku dekan dan Dr. Dyah Ochtorina Susanti, S.H., M.Hum. selaku Pembantu Dekan I Fakultas Hukum Universitas Jember, serta menjadi sosok mentor dalam membimbing segala hal keilmuan;
6. Bapak Echwan Iriyanto, S.H., M.H. selaku Dekan II dan Dr. Aries Harianto, S.H., M.H., selaku Dekan III, yang menjadi suritauladan dan memberikan inspirasi;
7. Prof. Dr. Dominikus Rato, S.H., M.Si. selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Jember yang senantiasa membuat penulis lebih termotivasi di dalam menjalani hidup;

8. Ayahanda tercinta Alm. Hari Agus dan Ibunda Siti Fatimah yang sangat saya hormati dan cintai, senantiasa mendoakan, memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi, dan nasihat selama ini;
9. Kepada Pakde Eka Suhartono S.E dan Bude Ir. Suharni S.P, yang sangat saya hormati dan cintai, senantiasa yang telah menyekolahkan saya,mendoakan, memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi, dan nasehat selama ini serta telah mengaggap saya seperti anak kandungnya sendiri;
10. Kepada kakak tercinta yang sudah saya Heny Purwati Ningsih, S,P dr, Puspa Ningrum, Nanang Zakariyanto S.P yang selama ini telah membantu dan memberikan doa, kasih sayang, nasehat, dan semangat untuk meraih segala prestasi dan cita-cita;
11. Kepada Bapak Angkat saya Herm Penings dan Ibu Lea penings yang ada di Belanda, yang selama ini telah membantu sekolah saya dan memberikan doa, kasih sayang, nasehat, dan semangat untuk meraih segala prestasi dan cita-cita;
12. Kepada sahabat-sahabat yang tidak dapat tergantikan, Dwi Yulian,Fedora, Enis, Nadia, Berlian, Intan, Dicky,Wahyu Feby, Alm.Aldial Dahari, Rafika, Grace persahabatan, dan Para shabat Alsa kasih sayang, pengalaman, serta pelajaran hidup luar biasa yang senantiasa menguatkan langkah ini untuk terus berjuang menggapai cita-cita dan impian;
13. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Tiada balas jasa yang dapat penulis berikan kecuali harapan semoga amal kebbaikannya mendapat imbalan dari Tuhan yang Maha Esa. Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya.

Jember,27 September 2018

Penulis

Ayu Ratnasari

RINGKASAN

Secara Umum konsumen menyatakan bahwa “Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama, barang, ukuran, berat/isi bersih, atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan agar hak –hak konsumen terpenuhi.karena dalam realitanya pelaku usaha memproduksi dan menjual biskuit choco wallens tidak sesuai dengan berat bersih pada label kemasandan mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak konsumen dan merasa telah dirugikan, hal tersebut tertuang pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Apa bentuk tanggungjawab pelaku usaha dalam memproduksi dan menjual produk biskuit yang tidak sesuai dengan berat bersih pada label kemasan; apa upaya yang dapat dilakukan konsumen yang dirugikan akibat ketidak sesuaian berat bersih pada label kemasan; Bagaimana pengawasan yang dilakukan oleh UPT(Unit Pelaksana Teknis) Metrologi Legal dan BPOM terhadap isi produk biskuit yang tidak sesuai dengan berat bersih pada label kemasan. Tujuan mengkaji permasalahan tersebut meliputi tujuan umum untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat yang telah ditentukan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum baik di dalam Program Studi Ilmu Hukum di Fakultas Hukum Universitas Jember dan tujuan khusus yaitu untuk memahami tanggung jawab dan untuk memahami upaya yang dilakukan oleh konsumen akibat ketidaksesuaian berat bersih pada label kemasan serta untuk mengetahui pengawasan yang dilakukan oleh Unit Pelaksana Teknis Kemetropologian dan BPOM, Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian skripsi ini yaitu yuridis normatif, dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*) secara deduktif. Dalam melakukan penelitian terhadap suatu hal tentunya memerlukan pengetahuan dasar dari apa yang di teliti tersebut. Pengertian perlindungan konsumen, asas-asas perlindungan konsumen, tujuan perlindungan konsumen, pengertian konsumen dan pelaku usaha meliputi hak dan kewajiban, larangan-larangan bagi pelaku usaha, pengertian biskuit, syarat mutu biskuit, pengertian label, fungsi label, tujuan pelabelan, pengertian barang dalam keadaan terbungkus, pengertian metrologi legal dan tujuan serta kewenangan kemetropologian legal.

Hasil penelitian dalam skripsi ini adalah Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin suatu adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen yang menandakan bahwa semenjak adanya undang-undang ini Pemerintah Republik Indonesia akan semakin memperhatikan hak dan kewajiban konsumen begitupula dengan kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Perlindungan tersebut telah memenuhi syarat dalam pasal Pasal 1365 KUH Perdata dan Pasal 1366 KUH Perdata. Pelaku usaha dan konsumen menyelesaikan masalah ini melalui jalur litigasi yaitu dengan mempercayakan lembaga pengadilan sebagai tempat menyelesaikan sengketa yang terjadi sedangkan melalui non litigasi para pihak memilih cara penyelesaian sengketa diluar pengadilan. Bahwa pengawasan yang dilakukan oleh seksi pengawasan akan lebih efektif apabila diimbangi dengan adanya pemberian sanksi yang tegas,

sehingga pelanggaran terhadap hak konsumen. Dan tindakan tindakan yang dilakukan oleh Unit Pelaksana Teknis dan BPOM terpenuhi.

Kesimpulan dari penelitian skripsi ini adalah 1. Bentuk tanggungjawab pelaku usaha pada pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Bentuk tanggung jawab juga berupa sanksi administratif di atur pada Pasal 60 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Serta adanya bentuk tanggung jawab pelaku usaha dalam peredaran produk yang tidak sesuai dengan berat bersih pada label kemasan yang tercantum pada Pasal 61 Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang Periklanan dan Label. Maka dasar-dasar bentuk tanggung jawab pelaku usaha pada Pasal 1365 dan 1366 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata; 2. Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen yang dirugikan akibat menggunakan produk biskuit yang tidak sesuai dengan berat bersih atau isi bersih. dapat mengajukan gugatan melalui pengadilan (litigasi) maupun diluar pengadilan (non litigasi) berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. Mengajukan gugatan di luar pengadilan dapat ditempuh melalui BPSK dan LPKSM. Konsumen yang dirugikan akibat menggunakan produk biskuit “Choco Wallens” dapat meminta ganti kerugian secara materiil maupun immateriil; 3. Pengawasan yang dilakukan oleh UPT (Unit Pelaksana Teknis) Pasal 1 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang pengawasan yang yg dijelaskan alat ukur takar timbang dan perlengkapannya dan Peran pemerintah melalui BPOM melaksanakan fungsi-fungsi pendaftaran, penilaian dan pengujian terhadap produk makanan yaitu produk biskuit “Choco Wallens” sebelum beredar di masyarakat.

Saran penulis bagi pelaku usaha; 1. Hendaknya pelaku usaha tidak menyesatkan konsumen dengan memberikan informasi tentang berat bersih terhadap produk biskuit pada label kemasan. Jika dalam peredaran produk biskuit tersebut tidak mencantumkan label sesuai ketentuan seperti berat bersih pada produk biskuit, maka pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk memberikan tanggung jawab. Tanggung jawab tersebut tercantum dalam Pasal 61 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999. 2. Hendaknya konsumen yang merasa dirugikan haknya harus berani untuk melaporkan dugaan sengketa konsumen kepada lembaga Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui pengadilan litigasi maupun non litigasi berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang arbitrase dan alternative penyelesaian sengketa; 3. Hendaknya pengawasan yang dilakukan oleh seksi pengawasan lebih efektif diimbangi dengan adanya pemberian sanksi yang tegas, sehingga pelanggaran terhadap hak konsumen tidak akan terulang lagi dan dapat menimbulkan efek jera bagi pelaku usaha. BPOM harus bertanggung jawab atas pembinaan dan pelanggaran perlindungan konsumen untuk menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN PENETAPAN	vii
HALAMAN PENYERTAAN.....	viii
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	ix
HALAMAN RINGKASAN	xiii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xvi
Bab 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Umum.....	5
1.3.2 Tujuan Khusus.....	5
1.4 METODE PENELITIAN.....	6
1.4.1 Tipe Penelitian.....	6
1.4.2 Pendekatan Masalah	7
1.4.3 Bahan Hukum	7
1.4.3.1 Bahan Hukum Primer.....	7
1.4.3.2 Bahan Hukum Sekunder.....	8
1.4.3.3 Bahan Non Hukum	8
1.4.3.4 Analisa Bahan Hukum.....	9
Bab 2. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Perlindungan Konsumen.....	10
2.1.1 Pengertian Perlindungan Konsumen	10
2.1.2 Asas-asas Perlindungan Konsumen.....	11
2.1.3 Tujuan Perlindungan Kondumen	12

2.2 Konsumen	13
2.2.1 Pengertian Konsumen.....	13
2.2.2 Hak Dan Kewajiban Konsumen	14
2.3 Pelaku Usaha	16
2.3.1 Pengertian Pelaku	16
2.3.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	17
2.3.3 Larangan bagi Pelaku Usaha	18
2.4 Biskuit.....	20
2.4.1 Pengertian Biskuit	20
2.4.2 Syarat Mutu Biskuit.....	21
2.5 Label	21
2.5.1 Pengertian Label	21
2.5.2 Fungsi Label	23
2.5.3 Tujuan Pelabelan	24
2.6 Barang Dalam Keadaan Terbungkus	24
2.6.1 Pengertian Barang Dalam Keadaan Terbungkus.....	24
2.6.2 Pengertian Metrologi Legal	25
2.6.3 Tujuan dan Kewenangan Kemetropologian Legal	26
Bab 3. PEMBAHASAN	28
3.1 Bentuk Tanggungjawab Pelaku Usaha dalam Memproduksi dan Menjual Produk Biskuit yang Tidak Sesuai dengan Berat Bersih Pada Label Kemasan	28
3.2 Upaya Yang Dapat Dilakukan Konsumen Yang Dirugikan Akibat Ketidak Sesuaian Berat Bersih Pada Label Kemasan	41
3.3 Pengawasan Yang Dilakukan Oleh Upt(Unit Pelaksana Teknis) Metrologi Legal dan Badan Pengawasan Obat dan Makanan(BPOM) Terhadap Isi Produk Biskuit Yang Tidak Sesuai Dengan berat Bersih Pada Label Kemasan	49
3.3.1 Pengawasan Yang Dilakukan Oleh UPT (Unit Pelaksana Teknis) Metrologi Legal Terhadap Isi Produk Biskuit Yang Tidak Sesuai Dengan Berat Bersih Pada Label Kemasan	50

3.3.2 Pengawasan Yang Dilakukan Oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Terhadap Isi Produk Biskuit Yang Tidak Sesuai Dengan Berat Bersih Pada Label Kemasan	55
BAB 4 . PENUTUP	59
4.1 Kesimpulan.....	59
4.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara Umum dapat dikatakan bahwa konsumen 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. Konsumen membutuhkan perlindungan hukum yang universal juga, mengingat kedudukan konsumen lebih lemah dibandingkan dengan kedudukan produsen yang lebih kuat dari banyak hal, dalam menghadapi produsen konsumen merasa sangat dirugikan atas kepentingannya. Pada umumnya produsen berlindung di balik *Standard Contract* atau perjanjian baku yang telah di tanda tangani oleh kedua belah pihak, yakni antara konsumen dan produsen taupun melalui informasi semua yang diberikan oleh produsen kepada konsumen. Dengan keterbukaan ekonomi di bidang perdagangan tersebut maka akan muncul daya saing yang kuat antara satu pelaku usaha dan pelaku usaha lain yang bisa diartikan bahwa, pelaku usaha bisa saja tidak melakukan itikad baik dalam menjalankan usahanya bahkan dapat berbuat curang hanya untuk meraih keuntungan. Tantangan lainnya adalah semakin meningkatnya permasalahan dibidang perlindungan konsumen dimana perlindungan konsumen tersebut berkaitan dengan kepentingan manusia sebagai makhluk hidup.

Perlindungan konsumen dianggap menjadi sebuah hal yang baru dalam dunia peraturan perundang-undangan, meskipun perlu adanya undang-undang yang komprehensif bagi konsumen sudah digaungkan sejak lama. Ketidak berdayaan konsumen dalam menghadapi pelaku usaha jelas sangat merugikan kepentingan manusia.²

Hal yang paling penting dalam penjelasan Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembar Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821), Jakarta untuk selanjutnya disebut dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun

²Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani.2003 *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, cet.3. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. hlm. 1.

1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan “Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama, barang, ukuran, berat/isi bersih, atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan.

Berdasarkan informasi pada label, konsumen secara tepat dapat menentukan pilihan sebelum membeli dan atau mengkonsumsi pangan. Tanpa adanya informasi yang jelas maka kecurangan kecurangan dapat terjadi.³ Pengaturan secara lebih spesifiknya adalah Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 131, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3867), Jakarta untuk selanjutnya di sebut juga dengan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Didalam pasal 1 ayat (3) dari Peraturan Pemerintah No. 69 tahun 1999 ditentukan bahwa yang dimaksud dengan label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan, yang selanjutnya dalam Peraturan Pemerintah ini disebut Label.

Menurut Mochtar Kusumaatmaja.⁴ hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang dan/atau jasa konsumen.

Ironisnya dalam realita dilapangan dengan mudah sering kita jumpai, pelaku usaha dalam memproduksi atau menjual produk khususnya pangan, memiliki kemasan sering lebih besar ukurannya dan tidak sebanding dengan isi dan juga informasi pada label kemasan juga sering tidak sesuai dengan berat bersih. Kasus yang saya alami ketika penulis membeli produk biskuit *walens choco soes* yang di

³Yusuf Shofie, 2000. *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung: hlm. 15

⁴Mochtar Kusumaatmaja, 2009. *Asas dan Perlindungan Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, , hlm. 89

keluarkan oleh PT Nissin Biskuit Indonesia dengan berat bersih 15 gram, ternyata bukanlah dari berat bersih 15 gram akan tetapi berat kotor keseluruhannya beserta tempatnya itu 15 gram, pelaku usaha disini menuliskan bahwa berat bersih 15 gram, penulis menemukan ternyata berat bersih/isinya hanya 10 gram.

Konsumen jika hanya berpatokan pada fisik kemasannya maka akan salah besar. Dalam berbagai barang dalam keadaan terbungkus produk lain ada potensi terjadi hal yang sama sehingga merugikan konsumen, maka patut diwaspadai oleh konsumen serta perlunya pengawasan oleh instansi yang terkait agar tidak terjadi *misleading*. Konsumen semata-mata tergantung pada informasi yang diberikan dan disediakan oleh pelaku usaha. Akan tetapi, informasi yang diberikan tanpa disertai dengan edukasi akan kurang dirasakan manfaatnya.⁵

Hal ini antara lain dilakukan melalui pemasangan label atau standarisasi mutu. Arti penting perlu adanya pemasangan label atau pelabelan ataupun standarisasi, mutu produk sangat dirasakan penting, khususnya terhadap produk makanan, karena hal ini sangat berhubungan dengan nyawa manusia.⁶

Menurut Pasal 31 ayat (2) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang pangandisebutkan keterangan label pada produk makanan ditulis atau dicetak dengan menggunakan bahasa Indonesia, angka Arab, dan huruf Latin.

Undang Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal pada Bab VI Pasal 22 dan 23 telah mengatur tentang Barang Dalam Keadaan Terbungkus. Penjelasan Pasal 22 sangat gamblang dan lugas dalam memberikan penjelasan mengenai alasan keharusan perlunya pencantuman ukuran, berat bersih, isi bersih, jumlah yang sebenarnya terhadap barang dalam keadaan terbungkus.

Berdasarkan penjelasan Pasal 12 Undang-undang Nomor 2 tahun 1981 tentang Metrologi Legal menyatakan bahwa dengan Peraturan Pemerintah ditetapkan alat-alat Ukur Takar Timbang dan Perlengkapannya atau yang selanjutnya disingkat yang wajib ditera dan ditera ulang, dibebaskan daritera atau tera ulang, atau dari kedua-duanya.

⁵Sularsi, 2011, <http://ylki.or.id/2011/11/membeli-barang-dalam-keadaan-terbungkus> diakses pada tanggal 19 Maret 2018 Pukul 16:51 WIB

⁶Sudaryatmo, 1999 *Hukum & Advokasi Konsumen*, Cet.2 . Bandung: Citra Aditya Bakti, hlm 14.

Penjelasan Pasal 22 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 Metrologi Legal yaitu bila sesuatu barang dijual berdasarkan ukuran berat atau isi dimasukkan dalam bungkus, akan memberikan kesulitan bagi pembeli untuk mengetahui secara pasti ukuran, berat, isi bersih atau jumlah dalam bungkus.

Ukuran besarnya bungkus tidak selalu memberikan anggapan yang benar tentang ukuran, berat bersih, isi bersih, atau jumlahnya. Tanpa memberitahukan atau menonjolkan ukuran, berat bersih, isi bersih, atau jumlah akan menimbulkan keraguan bagi pemakai barang (konsumen) dalam membeli barang-barang dalam keadaan terbungkus.

Berdasarkan Penjelasan diatas sangat perlu atau diwajibkan pencantuman tentang ukuran, berat bersih, isi bersih atau jumlah yang sebenarnya terhadap barang-barang yang dijual dalam keadaan terbungkus dengan jelas, terang serta mudah dibaca pada setiap bungkusnya.

Berdasarkan permasalahan diatas maka Penulis tertarik untuk menganalisis dan menulis karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP ISI PRODUK BISKUIT TIDAK SESUAI DENGAN BERAT BERSIH PADA LABEL KEMASAN”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang dan pemilihan judul yang telah disebutkan diatas maka rumusan masalah yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Apa bentuk tanggungjawab pelaku usaha dalam memproduksi dan menjual produk biskuit yang tidak sesuai dengan berat bersih pada label kemasan?
2. Apa upaya yang dapat dilakukan konsumen yang dirugikan akibat ketidaksesuaian berat bersih pada label kemasan?
3. Bagaimana Pengawasan yang dilakukan oleh UPT(Unit Pelaksana Teknis) Metrologi Legal terhadap isi produk biskuit yang tidak sesuai dengan berat bersih pada label kemasan?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan penelitian ini secara umum adalah :

1. Untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat yang telah ditentukan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum dalam Program Studi Ilmu Hukum di Fakultas Hukum Universitas Jember.
2. Untuk menambah perbendaharaan tulisan atau karya tulis ilmiah di Universitas Jember.
3. Hasil tulisan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta informasi yang berguna baik bagi diri sendiri maupun pihak lain

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui atau memahami tanggungjawab pelaku usaha dalam memproduksi isi biskuit yang tidak sesuai dengan berat bersih pada label kemasan
2. Untuk mengetahui dan memahami upaya yang dapat dilakukan konsumen yang dirugikan akibat ketidak sesuaian berat bersih pada label kemasan
3. Untuk mengetahui dan memahami Pengawasan yang dilakukan oleh UPT(Unit Pelaksana Teknis) Metrologi Legal terhadap isi produk biskuit yang tidak sesuai dengan berat bersih pada label kemasan

1.4 METODE PENELITIAN

Menurut Peter Mahmud Marzuki bahwa Penelitian hukum adalah suatu proses untuk menemukan aturan hukum. Prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.⁷ Metode yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah Normatif Yuridis Oleh karena itu, dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian yuridis normatif

4.1 Tipe Penelitian

Penelitian hukum ini adalah penelitian hukum normatif atau doktrinal. Menurut Terry Hutchinson sebagaimana dikutip Peter Mahmud Marzuki mendefinisikan bahwa penelitian hukum doktrinal adalah sebagai berikut :*“doctrinal research: research which provides a systematic exposition of the rules governing a particular legal category, analyses the relationship between rules, explain areas of difficulty and, perhaps, predicts future development.”*

(Penelitian doktrinal adalah penelitian yang memberikan penjelasan sistematis aturan yang mengatur suatu kategori hukum tertentu, menganalisis hubungan antara peraturan menjelaskan daerah kesulitan dan mungkin memprediksi pembangunan masa depan).⁸

Perintah atau larangan itu sesuai dengan prinsip hukum, serta apakah tindakan (*act*) seseorang sudah sesuai dengan norma hukum (bukan hanya sesuai dengan aturan hukum) atau prinsip hukum.⁹

Penulis dalam karya tulis ilmiah ini, menggunakan tipe penelitian tipe penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif adalah suatu proses penelitian yang ditujukan untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang sedang dihadapi. Penelitian hukum normatif juga merupakan penelitian yang hanya dapat dilakukan oleh sarjana hukum.

⁷Peter Mahmud Marzuki, 2016. *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Pranada Media Group, hlm 35

⁸Peter Mahmud Marzuki. 2016. *Ibid.*, hlm. 32

4.2 Pendekatan Masalah

Dalam penulisan karya tulis ilmiah ini, penulis menggunakan dua pendekatan, yaitu pendekatan Perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Dimana ketika penulis menggunakan pendekatan undang-undang (*statute approach*) maka penulis harus memahami hierarki, asas-asas dalam perauran perundang-undangan. Pendekatan Perundang-undang merupakan pendekatan yang wajib digunakan dalam suatu penelitian normatif serta akan membuka kesempatan bagi penulis untuk mempelajari apakah ada konsistensi dan kesesuaian antara suatu undang-undang dengan undang-undang lainnya atau antara undang-undang dengan regulasi.

4.3 Bahan Hukum

Penelitian hukum tidak mengenal adanya data, sehingga untuk memecahkan suatu isu hukum dan sekaligus memberikan preskripsi mengenai apa yang seyogiannya, diperlukan sumber-sumber penelitian. Sumber-sumber penelitian hukum dapat dibedakan menjadi sumber-sumber penelitian yang berupa bahan-bahan hukum primer dan bahan-bahan hukum sekunder.¹⁰

4.3.1 Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif, yang artinya memiliki otoritas. Bahan-bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim.¹¹ Bahan-bahan hukum primer yang digunakan penulis dalam penulisan karya tulis ilmiah ini adalah sebagai berikut ;

1. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal.
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
3. Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.
4. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-Dag/Per/10/2011 tentang Barang Dalam Keadaan Terbungkus.

¹⁰Peter Mahmud Marzuki, 2016.*Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Pranada Media Group.hlm. 181.

¹¹Peter Mahmud Marzuki, 2016.*Ibid.* hlm.181.

5. Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 60/M-IND/PER/7/2015 tentang pemberlakuan standar nasional Indonesia biskuit secara wajib.
6. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 26/M-Dag/PER/5/2017 tentang Pengawasan Metrologi Legal.
7. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 61/MPP/Kep/2/1998 tentang Penyelenggaraan Kemetropologian sebagaimana telah diubah dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 251/MPP/Kep/6/1999.

4.3.2 Bahan Hukum Sekunder

Bahan-bahan hukum sekunder adalah semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi. Publikasi tentang hukum yang meliputi literature-literatur, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum, dan komentar-komentar atas putusan pengadilan¹². Skripsi, tesis dan disertai hukum hukum juga termasuk bahan-bahan hukum sekunder. Kegunaan bahan hukum sekunder adalah memberikan kepada penulis semacam petunjuk ke arah mana penulis melangkah. Apabila tulisan tersebut berupa tesis, disertasi dan jurnal-jurnal hukum, boleh jadi tulisan tersebut dapat memberikan inspirasi kepada penulis.¹³

Penulisan karya tulis ilmiah ini penulis menggunakan buku-buku teks sebagai bahan-bahan hukum sekunder yang berkaitan dengan isu hukum yang menjadi pokok bahasan, kamus-kamus hukum, tulisan-tulisan hukum yang telah dipublikasikan serta jurnal-jurnal hukum.

4.3.3 Bahan Non Hukum

Bahan non hukum memiliki fungsi untuk meningkatkan kemampuan penulis guna mengidentifikasi dan menganalisis fakta secara akurat dan menemukan isu hukum atas fakta tersebut. Akan tetapi, fakta yang dihadapi sering kali kompleks sehingga perlu pemahaman tertentu akan isu hukum yang sedang dihadapi.¹⁴

¹²Peter Mahmud Marzuki, 2016. *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Pranada Media Group hlm. 181

¹³Peter Mahmud Marzuki, 2016. *Ibid.* hlm. 196

¹⁴Peter Mahmud Marzuki, 2016. *Ibid.* hlm. 204.

Bahan-bahan non hukum dapat berupa buku-buku mengenai ilmu politik, ekonomi, sosiologi, filsafat, kebudayaan maupun laporan-laporan penelitian non hukum dan jurnal-jurnal non hukum sepanjang mempunyai relevansi dengan topik penelitian. Bahan non hukum yang digunakan penulis dalam penulisan karya ilmiah ini adalah data dari internet.

4.3.4 Analisa Bahan Hukum

Dalam melakukan Penelitian Hukum, analisa bahan hukum digunakan untuk menemukan jawaban atas suatu isu hukum yang dihadapi. Langkah-Langkah yang dipergunakan dalam melakukan penelitian hukum, yaitu :

1. Mengidentifikasi fakta hukum dan mengeliminir hal-hal yang tidak relevan untuk menetapkan isu hukum yang hendak dipecahkan;
2. Pengumpulan bahan-bahan hukum dan bahan-bahan non-hukum yang sekiranya dipandaqng memiliki relevansi terhadap isu hukum;
3. Melakukan telaah atas isu hukum yang di ajukan berdasarkan bahan-bahan yang telah dikumpulkan;
4. Menarik kesimpulan dalam bentuk argumentasi yang menjawab isu hukum;
5. Memberikan preskripsi berdasarkan argumentasi yang telah dibangun di dalam kesimpulan.¹⁵

Langkah-Langkah selanjutnya yang digunakan dalam suatu penelitian hukum adalah melakukan telaah atas isu hukum yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah untuk menarik kesimpulan berdasarkan bahan-bahan hukum yang sudah terkumpul menggunakan metode analisa bahan hukum deduktif yaitu berpangkal dari suatu permasalahan yang secara umum sampai dengan hal-hal yang bersifat khusus. Dengan demikian, maka dicapai tujuan yang diinginkan dalam penulisan skripsi, yaitu untuk menjawab isu hukum yang ada. Sehingga pada akhirnya penulis dapat memberikan preskripsi mengenai apa yang seharusnya dilakukan dan dapat diterapka.

¹⁵Peter Mahmud Marzuki,2016. *Ibid.* hlm..213

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perlindungan Konsumen

2.1.1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perkembangan dalam bidang perekonomian yang sangat pesat telah menghasilkan berbagai banyak jenis atau variasi barang atau jasa yang dapat dikonsumsi dan ditawarkan secara variatif, baik barang atau jasa tersebut berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Kondisi seperti ini sebenarnya memberikan dua manfaat tersendiri bagi konsumen, yang pertama karena dianggap akan lebih memudahkan dalam memperoleh berbagai barang atau jasa dan yang kedua konsumen diberikan kebebasan untuk memilih barang atau jasa yang sesuai dengan jenis, harga dan kualitas yang diinginkan oleh konsumen itu sendiri.

Kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang jika dilihat dari sisi lain dalam perkembangan perekonomian. Hal ini mengakibatkan posisi pelaku usaha dapat menjadikan konsumen seolah-olah objek untuk meraih segala macam keuntungan melalui berbagai macam hal termasuk dengan perjanjian standar yang ternyata merugikan konsumen.

Tingkatan konsumen yang lemah dan rawan menjadi perhatian Pemerintah untuk membuat benteng guna meniadakan tindakan sewenang-wenang pelaku usaha kepada konsumen. Kesewenang-wenangan akan mengakibatkan ketidakpastian hukum.

Hal ini demi untuk memberikan jaminan atas kepastian hukum. Tepatnya tanggal 20 April 1999 mengundangkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Meskipun undang-undang ini disebut dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen namun bukan berarti kepentingan pelaku usaha tidak ikut menjadi perhatian, teristimewa karena keberadaan perekonomian nasional banyak ditentukan oleh para pelaku usaha¹⁶.

¹⁶Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. hlm. 1.

Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa :

“Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin suatu adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen yang menandakan bahwa semenjak adanya undang-undang ini Pemerintah Republik Indonesia akan semakin memperhatikan hak dan kewajiban konsumen begitupula dengan kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha”.

2.1.2. Asas-Asas Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen tidak serta merta hanya mengatur perihal perlindungan konsumen itu sendiri, dalam perlindungan konsumen juga memiliki prinsip-prinsip yang dijadikan dasar dalam menjalankan pengaturan di bidang perlindungan konsumen, baik konsumen itu sendiri dan semua pihak yang terlibat didalamnya.

Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berkaitan dengan beberapa asas yang berkaitan dengan pembangunan nasional, antara lain manfaat, keadilan, keseimbangan dan keselamatan konsumen serta yang terakhir adalah kepastian hukum.

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu¹⁷:

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

¹⁷Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo.2008.*Ibid.* hlm 1

5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Menurut Mertokusumo dalam buku karangan Yusuf Shofie¹⁸ di jelaskan bahwa asas hukum bukan merupakan hukum konkrit, melainkan merupakan pikiran dasar yang umum dan abstrak atau merupakan latar belakang peraturan konkrit yang terdapat dalam dan dibelakang setiap sistem hukum yang terjelma dalam peraturan perundang-undangan dan putusan hakim yang merupakan hukum positif dan dapat ditemukan dengan mencari sifat-sifat atau ciri-ciri yang umum dalam peraturan konkrit tersebut.

2.1.3. Tujuan Perlindungan Konsumen

Tujuan perlindungan konsumen telah diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, antara lain :

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Tujuan perlindungan konsumen pada hakikatnya adalah untuk mencapai maslahat dari hasil transaksi ekonomi atau bisnis. Pengertian maslahat dalam kegiatan ekonomi atau bisnis adalah perpaduan antara pencapaian keuntungan dan

¹⁸Yusuf shofie,2002, *Pelaku Usaha Konsumen dan Tindak Pidana Korporasi*, cet 1. Jakarta: Ghadia Indonesia. hlm, 25.

berkah. Keuntungan akan diperoleh apabila kegiatan usaha memberikan nilai tambah dilihat dari segi ekonomi¹⁹.

2.2. Konsumen

2.2.1. Pengertian Konsumen

Konsumen adalah pengguna akhir (*end user*) 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. Pengertian konsumen diatas merupakan pendapat Munir Fuady dalam bukunya yang berjudul Pengantar Hukum Bisnis.²⁰ Sedangkan dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah dijelaskan pengertian konsumen, yaitu:

“Konsumen 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.”

Subjek yang disebut konsumen dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pengguna atas suatu produk, bahwa pada kepustakaan ekonomi dikenal adanya 2 (dua) jenis konsumen, yakni konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Sedangkan konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk.

Menurut Az. Nasution istilah konsumen berasal dari alih bahasa, yakni dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsumment* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harifah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap

¹⁹Yusuf shofie,2002,*Ibid.* hlm. 25.

²⁰Abdul R. Saliman, Hermansya dan Ahmad Jalis.2015.*Hukum Bisnis Untuk Perusahaan.* Jakarta : Kencana.hlm. 195.

orang yang menggunakan barang. Tujuan penggunaan barang atau jasa nanti menentukan termasuk konsumen mana pengguna tersebut²¹.

2.2.2. Hak dan Kewajiban Konsumen

Kepentingan konsumen untuk mendapat kepastian hukum yang berupa perlindungan hukum adalah salah satu keinginan Pemerintah untuk mulai memikirkan kepentingan-kepentingan apa dari konsumen yang perlu mendapat perlindungan²². Dan menjadikannya salah satu fokus utama dalam Undang-undang perlindungan konsumen yang dirumuskan dalam bentuk hak-hak konsumen.

Hak konsumen diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 tentang Perlindungan Konsumen. Hak-hak konsumen antara lain sebagai berikut :

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 secara patut;
6. Hak untuk mendapat 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 lainnya.

Hak-hak konsumen sebagaimana disebutkan dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen lebih luas dari

²¹Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Sinar Grafika. hlm. 22.

²²Janus Sidabalok. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* . Bandung : Citra Aditya Bakti. hlm. 37.

pada hak-hak dasar konsumen sebagaimana pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat J.F. Kennedy di depan kongres 15 Maret 1962, yaitu²³:

- a. Hak untuk memperoleh keamanan;
- b. Hak memilih;
- c. Hak mendapat informasi;
- d. Hak untuk didengar.

Selain hak konsumen didalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen juga diatur tentang kewajiban konsumen, hal ini bertujuan agar posisi konsumen dalam hubungan jual-beli dengan produsen seimbang sehingga jika nanti ada hal yang dianggap merugikan konsumen sedangkan konsumen sudah memenuhi hak dan kewajibannya maka hasil kepastian hukum yang didapat oleh konsumen akan maksimal.

Kewajiban konsumen telah diatur pula dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai berikut:

- 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.

Kewajiban seperti yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen dianggap tepat, sebab kewajiban ini adalah untuk mengimbangi hak konsumen untuk mendapatkan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Hak ini akan menjadi lebih mudah diperoleh jika konsumen mengikuti upaya penyelesaian sengketa secara patut²⁴.

²³Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2010. *Hukum Perlindungan Konsumen, Rajawali Pers*. Jakarta. *op. cit.* hlm. 39.

²⁴Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2010. *Ibid.* hlm. 39

2.3. Pelaku Usaha

2.3.1. Pengertian Pelaku Usaha

Hubungan hukum lahir apabila adanya hubungan antara dua subjek hukum. Dengan lahirnya hubungan hukum maka akan ada hak dan kewajiban di satu pihak yang berhadapan dengan hak dan kewajiban pihak lain. Dalam hal ini konsumen memiliki hubungan hukum dengan pelaku usaha sebagai pihak yang menyediakan barang dan atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Pengertian pelaku usaha telah tertuang pada Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi sebagai berikut :

“Pelaku Usaha adalah setiap orang 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 menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Pelaku usaha yang dimaksud dalam pengertian pelaku usaha pada Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen yang telah disebutkan diatas memiliki makna yang luas. Tetapi dalam pengertian pelaku usaha tersebut, eksportir atau pelaku usaha luar negeri tidak termasuk, karena Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen membatasi bahwa yang dapat disebut pelaku usaha adalah badan usaha yang berbadan hukum maupun tidak yang melakukan kegiatan usahanya dalam wilayah Republik Indonesia²⁵. Jadi, apabila ada konsumen yang merasa dirugikan atas barang dan/atau jasa yang diperolehnya dari luar negeri maka konsumen dapat menggugat importirnya, karena Undang-undang Perlindungan Konsumen tidak mengatur mengenai pelaku usaha luar negeri. Namun, apabila importir barang dan/jasa tersebut tidak diketahui, maka konsumen dapat menggugat penjual yang menjual barang dan/atau jasa tersebut.

²⁵Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2010. *Ibid.* hlm. 9.

2.3.2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pada pokoknya hak dan kewajiban antara pihak satu dan pihak lainnya itu lahir dari suatu perjanjian maupun lahir dari undang-undang. Sedangkan perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha dalam bentuk tertulis sangat jarang ditemukan, sehingga banyak orang yang hanya berbicara mengenai pemenuhan kebutuhan dari konsumen yang mempergunakan, memanfaatkan maupun memakai barang dan/atau jasa yang telah disediakan oleh pelaku usaha²⁶. Maka dari itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen telah memberikan peraturan tentang kejelasan akan hak dan kewajiban pelaku usaha, yang telah tertera pada Pasal 6 dan Pasal 7.

Mewujudkan keseimbangan atas hak-hak yang telah diberikan kepada konsumen, maka pelaku usaha juga diberikan hak sebagaimana yang diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu:

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

Konsekuensi atas hak-hak yang dimiliki oleh konsumen, maka pelaku usaha juga dibebankan beberapa kewajiban, sebagaimana yang telah diatur pada Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen antara lain:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

²⁶Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani.2003*op. cit.*hlm.32.

- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau 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. 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;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

2.3.3. Larangan Bagi Pelaku Usaha

Para pelaku usaha yang dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Perlindungan Konsumen (Lembar Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42) tidak dibatasi hanya pelaku usaha pabrikan saja, melainkan juga para distributor dan jaringannya, juga termasuk para importir. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen tidak membedakan kewajiban antara pelaku usaha, tetapi ada perbedaan yang signifikan antara keduanya, yakni sifat pada saat terbitnya pertanggungjawaban terhadap kegiatan usahanya yang dilakukan oleh masing-masing pelaku usaha terhadap para konsumen yang mempergunakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan. Pertanggungjawaban itu sendiri berkaitan erat dengan ganti rugi yang dapat dikenakan kepada pelaku usaha apabila melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen.²⁷

Larangan-larangan bagi pelaku usaha yang ada dalam ketentuan Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen berlaku bagi kegiatan usaha dari pelaku usaha pabrikan hingga distributor. Larangan tersebut meliputi perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :

²⁷Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani. 2003 *op. Cit* hlm. 36.

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau *netto*, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
 - i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau *netto*, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;
 - j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (1) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud.
 - (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
 - (3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib
 - (4) menariknya dari peredaran.

2.4. Biskuit

2.4.1. Pengertian Biskuit

Biskuit di ambil dari bahasa Inggris yang melingkupi produk *bakery* berukuran kecil atau umumnya berbentuk datar berbasis tepung terigu dan bahan-bahan lain seperti lemak, gula dan lain-lain.

Definisi biskuit menurut Badan Standarisasi Nasional 1992 adalah sejenis makanan yang terbuat dari tepung terigu dengan penambahan bahan makanan lain dengan proses oemesanan dan pencetakan.

Biskuit secara umum di klarifikasikan menjadi 4 kelompok yaitu:²⁸

- a. Biskuit Keras yaitu jenis biskuit manis yang di buat dari adonan keras berbentuk pipih, relatif bila dipatahkan penampang potongannya bertekstur padat berkadar lemak tinggi maupun rendah;
- b. Crecker yaitu jenis biskuit yang di buat dari adonan keras melalui proses fermentasi atau pemeranan berbentuk pipih yang rasanya mengarah asin dan relatif renyah serta bila dipatahkan penampangnya potongannya berlapis-lapis;
- c. Cookies yaitu jenis biskuit yang dibuat dari adonan lunak berkadar lemak tinggi relatif renyah dan bila di patahkan potongannya penampangnya bertekstur kurang padat;
- d. Wafer yaitu jenis biskuit yang di buat dari adonan cair berpori-pori kasar relatif renyah dan bila dipatahkan penampang potongannya berongga-rongga.

Biskuit juga dapat diklarifikasikan berdasarkan jenis adonan yang dipengaruhi oleh jenis tepung yang digunakan, biskuit jenis *fermented dough*, *puff dough*, dan *savory crackers* membutuhkan pengembangan yang cukup besar sehingga dibutuhkan tepung terigu berprotein tinggi yang banyak mengandung gluten.

Biskuit jenis *semi sweet*, *hard sweet*, *short dough* dan wafer tidak memerlukan pengembangan yang besar sehingga cukup dengan menggunakan tepung terigu berprotein sedang dan rendah dengan sedikit kandungan gluten. Biskuit jenis *hard sweet* tidak membutuhkan tepung dengan kadar protein yang

²⁸Pujiastuti. Agustus 30, 2017 <http://www.analisispangan.com/2017/08/biskuit-serta-syarat-mutu-bikuit.html>. di akses pada tanggal 17 mei 2018 pukul 13.20

tinggi seperti pada roti. Pengembangan struktur biskuit terjadi pada saat proses pemanggangan di karenakan adanya daya kerja bahan pengembang yang mengeluarkan gas CO₂. Biskuit marrie termasuk kedalam jenis biskuit. Biskuit semi *sweet* yang diperuntukan untuk sajian pendamping minum teh atau kopi. Karakter yang dibutuhkan dari biskuit tersebut adalah tekstur yang tipis dan keras dengan permukaan biskuit yang mengkilat namun dapat mudah lumer ketika di celupkan kedalam minuman.

2.4.2. Syarat Mutu biskuit

Salah satu contoh produk yang berlaku aturan Standart Nasional Indonesia wajib adalah biskuit. Hal ini dapat dilihat bahwa biskuit masuk dalam daftar produk wajib Standart Nasional Indonesia yang ditetapkan oleh Badan Standart Nasional dengan Nomor SNI.01.2973.1992 yang diperbaharui dengan SN.01.2971.2011. Semua biskuit diwajibkan untuk Standart Nasional Indonesia berdasarkan Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 60/M-IND/PER/7/2015 tentang Pemberlakuan Standar Nasional Indonesia biskuit secara wajib. Menurut Peraturan Menteri Perindustrian Biskuit tersebut diwajibkannya biskuit untuk Standart Nasional Indonesia adalah karena biskuit merupakan produk pangan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat sehingga dengan adanya Standart Nasional Indonesia maka mutu biskuit akan terjamin dan dapat melindungi konsumen.

Kelembutan biskuit mungkin bergantung pada beberapa lama waktu yang di panggang. Citarasa yang perlu diperoleh dari biskuit ini adalah kemanisan dengan tingkat sedang sehingga cocok untuk dipadu padankan dengan teh atau kopi. Oleh karenanya pada adonan biskuit marie sering ditambahkan *flavor* seperti vanili atau karamel.

2.5 Label

2.5.1 Pengertian Label

Dalam Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Label Pangan diberikan arti sebagai “setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang

disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan”. Label pangan diwajibkan kepada setiap pelaku usaha yang memproduksi pangan di dalam negeri, maupun pelaku usaha yang mengimpor pangan untuk diperdagangkan.

Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualannya²⁹. Menurut Tjiptono³⁰ Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label biasanya merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dicantelkan atau di cantumkan pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label biasanya hanya mencantumkan merek atau informasi.

Sebuah Label memiliki kegunaan untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan lengkap baik mengenai kuantitas, isi, kualitas maupun hal-hal lain yang diperlukan mengenai barang yang diperdagangkan. Konsumen akan memperoleh informasi yang benar, jelas, dan baik mengenai kuantitas, isi, kualitas barang dan/atau jasa beredar dan dapat menentukan pilihan sebelum membeli atau mengkonsumsi barang dan jasa. Label juga berupa gantungan sederhana yang ditempelkan pada produk atau gambar yang direncanakan secara rumit dan menjadi bagian kemasan. Label bisa membawa nama merek saja, atau sejumlah besar informasi. Bahkan jika penjual memilih label sederhana, hukum mensyaratkan lebih banyak³¹.

Hal-hal yang dicantumkan di label :

1. Nama barang
2. Merk barang
3. Nomor kode pendaftaran/register
4. Berat bersih
5. Nomor kode produksi

²⁹ Angipors, Marinus, 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hlm. 192.

³⁰ Philip Kotler, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Prenhallindo Edisi 2, hlm 477

³¹ Philip Kotler, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta Erlangga, hlm 29

Label bagi konsumen mempunyai peranan yang sangat penting setidaknya ada tiga hal pokok yang mendasarinya yaitu:³²

1. Informasi yang dibutuhkan sebagai pertimbangan untuk membeli atau tidak produk tertentu;
2. Dengan pengetahuan tersebut, konsumen dapat menentukan, memilih satu produk atas produk sejenis lainnya;
3. Dengan informasi yang benar dan lengkap, konsumen juga dapat terhindar dari kemungkinan gangguan keamanan dan keselamatan konsumsinya, bila produksi bersangkutan tidak cocok untuk dirinya atau mengandung suatu zat yang membahayakan;

Di samping itu ada beberapa macam label secara spesifik yang mempunyai pengertian berbeda antara lain:³³

1. Label produk (*product label*) adalah bagian dari pengemasan sebuah produk yang mengandung informasi mengenai produk atau penjualan produk;
2. Label merek (*brand label*) adalah nama merek yang diletakkan pada pengemasan produk;
3. Label tingkat (*grade label*) mengidentifikasi mutu produk, label ini bisa terdiri dari huruf, angka atau metode lainnya untuk menunjukkan tingkat kualitas dari produk itu sendiri;
4. Label diskriptif (*descriptive label*) mendaftar isi, menggambarkan pemakaian dan mendaftar ciri-ciri produk yang lainnya. Pemberian label (*labeling*) merupakan elemen produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen.

2.5.2. Fungsi Label

Menurut Philip Kotler, fungsi label adalah:³⁴

1. Label mengidentifikasi produk atau merek;
2. Label menentukan kelas produk;
3. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakan secara aman);
4. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik

2.5.3. Tujuan Pelabelan

Menurut Philip Kotler, fungsi label adalah:³⁵

³²Philip Kotler, 2008, *Ibid.*. hlm 29

³³Philip Kotler, 2008, *Ibid.*. hlm 29

³⁴Philip Kotler, 2008., *Ibid.*. hlm 29

³⁵Philip Kotler.2000. *Ibid.* hlm 478

1. Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan;
2. Sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang kasat mata atau tidak diketahui secara fisik;
3. Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimal;
4. Sarana periklanan bagi produsen;
5. Memberi rasa aman bagi konsumen;

Mengingat label adalah alat penyampai informasi, sudah selayaknya informasi yang termuat pada label adalah sebenar-benarnya dan tidak menyesatkan. Hanya saja, mengingat label juga berfungsi sebagai iklan, disamping sudah menjadi sifat manusia untuk mudah jatuh dalam kekhilafan dengan berbuat “kecurangan” baik di sengaja maupun yang tidak disengaja, maka perlu dibuat rambu-rambu yang mengatur. Dengan adanya rambu-rambu ini diharapkan fungsi label dalam memberi “rasa aman” pada konsumen dapat tercapai.

2.6 Barang Dalam Keadaan Terbungkus (BDKT)

2.6.1 Pengertian Barang Dalam Keadaan Terbungkus (BDKT)

Barang Dalam Keadaan Terbungkus (BDKT) berdasarkan pasal 1 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-Dag/Per/10/2011 tentang Barang dalam Keadaan Terbungkus yaitu :

“Barang dalam Keadaan Terbungkus yang selanjutnya disingkat BDKT adalah barang atau komoditas tertentu yang dimasukkan ke dalam kemasan tertutup, dan untuk mempergunakannya harus merusak kemasan atau segel kemasan yang kuantitasnya telah ditentukan dan dinyatakan pada label sebelum diedarkan, dijual, ditawarkan, atau dipamerkan”.

Barang dalam keadaan terbungkus adalah barang yang ditempatkan dalam kemasan tertutup, untuk mengeluarkan isinya harus merusak kemasannya, membuka tutupnya, merobek segelnya (kemasan/bungkusnya menjadi tidak utuh lagi). Barang Dalam Keadaan Terbungkus yang diperdagangkan harus memenuhi

ketentuan sebagaimana diatur oleh pasal 22 dan 23 Undang-undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal terhadap BDKT (Barang Dalam Keadaan Terbungkus). Pada intinya setiap Barang Dalam Keadaan Terbungkus yang beredar di Indonesia harus terdapat keterangan pada pembungkusnya, labelnya, etiketnya, dengan tulisan singkat, jelas, dan benar, mengenai :

- a. Nama barang dalam bungkusan itu;
- b. Ukuran, isi, atau berat bersih barang dalam keadaan terbungkus itu dengan satuan atau lambang sebagaimana dimaksud dalam pasal 4, pasal 5, dan pasal 7 undang-undang ini;
- c. Jumlah barang dalam keadaan terbungkus itu jika barang itu dijual dengan hitungan.

2.6.2 Pengertian Metrologi Legal

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 26/M-Dag/PER/5/2017 tentang Pengawasan Metrologi Legal, Metrologi Legal adalah metrologi yang mengelola satuan-satuan ukuran, metoda-metoda pengukuran dan alat-alat ukur, yang menyangkut persyaratan teknik dan peraturan berdasarkan undang-undang yang bertujuan melindungi kepentingan umum dalam hal kebenaran pengukuran.

Metrologi (ilmu pengukuran) adalah disiplin ilmu yang mempelajari cara-cara pengukuran, kalibrasi dan akurasi di bidang industri, ilmu pengetahuan dan teknologi.³⁶ Metrologi mencakup tiga hal utama:

1. Penetapan definisi satuan-satuan ukuran yang diterima secara internasional (misalnya meter);
2. Perwujudan satuan-satuan ukuran berdasarkan metode ilmiah (misalnya perwujudan nilai meter menggunakan sinar laser);
3. Penetapan rantai ketertelusuran dengan menentukan dan merekam nilai dan akurasi suatu mikrometerulir di bengkel dan standar panjang di laboratorium.

2.6.3. Tujuan dan Kewenangan Kemetrologian Legal

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 61/MPP/Kep/2/1998 tentang Penyelenggaraan Kemetrologian sebagaimana

³⁶Drijarkara, A. P., Ghufon, Z., 2005, Metrologi: Sebuah Pengantar, Pusat Penelitian Kalibrasi, Instrumentasi, dan Metrologi. Puslit KIM-LIPI, Jakarta

telah diubah dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 251/MPP/Kep/6/1999.

Tujuan penyelenggaraan Kemetropologian telah dituangkan di dalam Penjelasan Konsideran Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal yang berbunyi, bahwa untuk melindungi kepentingan umum perlu adanya jaminan dalam pemakaian satuan ukuran, standar satuan, metoda pengukuran dan alat-alat ukur, takar, timbangan, dan perlengkapannya.

Lembaga atau sebagai jawatan yang berwenang menangani masalah metrologi di Indonesia adalah Direktorat Metrologi yang didirikan pada tahun 1923 yang menjadi dasar pengaturan pengawasan di bidang metrologi.

Pelaksanaan Pengawasan Kemetropologian terdapat dalam pasal 36 Undang-Undang No 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal :

1. Pegawai Instansi pemerintah yang ditugasi dalam pembinaan metrologi legal yang melakukan pengawasan dan pengamatan diwajibkan menyidik tindak pidana yang ditentukan dalam undang-undang ini
2. Instansi pemerintah yang ditugasi dalam pembinaan metrologi legal dalam melaksanakan tugas tersebut dalam ayat(1) pasal ini dapat meminta bantuan kepada instansi pemerintah yang melakukan pengawasan dan pengamatan dalam bidangnya masing-masing yang ada hubungannya dengan pengukuran, penakaran, dan atau timbangan.
3. Pegawai tersebut pada ayat(1) pasal ini berhak melakukan penyegelan, dan atau penyitaan barang yang dianggap sebagai barang bukti.
4. Pegawai tersebut pada ayat (1) pasal ini dapat melaksanakan tugasnya di tempat-tempat tersebut pada psal 25 undang-undang ini dalam waktu terbuka untuk umum.
5. Pegawai tersebut pada ayat (1) pasal ini dapat melaksanakan tugasnya antara pukul 06.00 sampai pukul 18.00 waktu setempat di tempat-tempat yang tidak boleh dimasuki umum, yang seluruhnya atau bagian dipakai sebagai tempat yang dimaksud dalam pasal 25 undang-undang ini.
6. Jika dalam waktu tersebut pada ayat (4) dan ayat(5) pasal ini pegawai yang melakukan penyidikan tidak diperkenankan masuk, maka mereka masuk dengan bantuan penyidik Kepolisian republik Indonesia

7. Penyidikan dilakukan menurut tata cara yang ditentukan oleh hukum acara pidana yang berlaku³⁷.

Kewenangan Balai Pelayanan Kemetrolgian terhadap Tera dan Tera Ulang alat ukur, takar, timbang dan perlengkapannya yaitu dengan melakukan pengujian serta pengawasan terhadap alat ukur, takar, timbang dan perlengkapannya yang akan dipergunakan untuk kepentingan umum dan kepentingan usaha. Perlunya penyuluhan dan pengarahan yang berkaitan dengan masalah tera dan tera ulang ini ditujukan agar tidak terjadi penyimpangan terhadap Undang-undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal. Kewenangan Balai Pelayanan Kemetrolgian agar lebih diperhatikan kepada Balai Pelayanan kemetrolgian untuk benar-benar melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan Tera dan Tera Ulang.

BAB 4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dikemukakan tersebut, maka dapat penulis berikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Bentuk tanggungjawab pelaku usaha pada pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Bentuk tanggung jawab juga berupa sanksi administratif di atur pada Pasal 60 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu pembayaran ganti kerugian paling banyak 200.000.000 (dua ratus juta rupiah). Serta adanya bentuk tanggung jawab pelaku usaha dalam peredaran produk yang tidak sesuai dengan berat bersih pada label kemasan yang tercantum pada Pasal 61 Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang Periklanan dan Label. Maka dasar-dasar bentuk tanggung jawab pelaku usaha pada Pasal 1365 dan 1366 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata .
2. Upaya yang dilakukan oleh konsumen atas perlindungan hukum yaitu secara preventif dan represif. Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen yang dirugikan akibat menggunakan produk biskuit yang tidak sesuai dengan berat bersih atau isi bersih. dapat mengajukan gugatan melalui pengadilan (litigasi) maupun diluar pengadilan (non litigasi) berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. Mengajukan gugatan di luar pengadilan dapat ditempuh melalui BPSK dan LPKSM. Konsumen yang dirugikan akibat menggunakan produk biskuit “Choco Wallens” dapat meminta ganti kerugian secara materiil maupun immateriil.” Upaya -Upaya Penyelesaian sengketa Terdapat pada pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan di atas.
3. Pengawasan yang dilakukan oleh UPT (Unit Pelaksana Teknis) Pasal 1 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang pengawasan yang yg dijelaskan alat ukur takar timbang dan perlengkapannya dan Pasal 1 angka 10 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 78/m-dag/per/11/2016 tentang unit metrologi legal dan pemerintah dalam

pengawasan peredaran produk biskuit “Choco Wallens”. Pengambilan tindakan yang dapat mendukung pencapaian hasil yang diharapkan sesuai dengan kinerja yang telah ditetapkan. Peran pemerintah melalui BPOM melaksanakan fungsi-fungsi pendaftaran, penilaian dan pengujian terhadap produk makanan yaitu produk biskuit “Choco Wallens” sebelum beredar di masyarakat; pembinaan dan pemeriksaan terhadap sarana produksi dan distribusi; menetapkan spesifikasi dan pembakuan mutu sesuai Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 103 Tahun 2001 merupakan lembaga pemerintah pusat yang dibentuk untuk melaksanakan tugas pemerintah tertentu dari presiden serta bertanggung jawab langsung kepada presiden.

4.2. Saran

Berdasarkan pada permasalahan dan kesimpulan yang telah dikemukakan tersebut, maka dapat penulis berikan saran baik kepada pemerintah, konsumen, maupun pelaku usaha sebagai berikut:

1. Hendaknya pelaku usaha tidak menyesatkan konsumen dengan memberikan informasi tentang berat bersih terhadap produk biskuit pada label kemasan. Mencantumkan label yang merupakan standarisasi dalam rangka peredaran pangan, maka pelaku usaha harus melaksanakan tanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh kelalaiannya tersebut. Jika dalam peredaran produk biskuit tersebut tidak mencantumkan label sesuai ketentuan seperti berat bersih pada produk biskuit, maka pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk memberikan tanggung jawab. Tanggung jawab tersebut tercantum dalam Pasal 61 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999.
2. Hendaknya konsumen yang merasa dirugikan haknya harus berani untuk melaporkan dugaan sengketa konsumen kepada lembaga Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui pengadilan litigasi maupun non litigasi berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang arbitrase dan alternative penyelesaian sengketa. Hal ini untuk menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.

3. Hendaknya pengawasan yang dilakukan oleh seksi pengawasan lebih efektif diimbangi dengan adanya pemberian sanksi yang tegas, sehingga pelanggaran terhadap hak konsumen tidak akan terulang lagi dan dapat menimbulkan efek jera bagi pelaku usaha. BPOM harus bertanggung jawab atas pembinaan dan pelanggaran perlindungan konsumen untuk menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakan kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Dengan adanya sosialisasi ini, maka pemerintah berupaya agar masyarakat baik konsumen maupun pelaku usaha memiliki kesadaran mengenai hak dan tanggung jawabnya.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ahmad Miru dan Sutarman Yodo 2008. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- 2010. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers. Jakarta.
- Angipors dan Marinus, 2002 *Dasar-dasar tentang pemasaran*, (Jakarta: PT Raja grafindo persada,
- Burhanuddin. S. 2011. *Fiqh Muamalah: Dasar-Dasar Transaksi dalam Ekonomi dan Bisnis*. Malang: UIN Maliki Pres.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti 2014. *Hukum perlindungan Konsumen* Jakarta: Sinar Grafika
- Drijarkara, A. P., Ghufron, Z., 2005, *Metrologi: Sebuah Pengantar, Pusat Penelitian Kalibrasi, Instrumentasi, dan Metrologi (Puslit KIM-LIPI)*, Jakarta
- Frans Hendra Winarta. 2012. *Hukum Penyelesaian Sengketa*. Jakarta: Sinar Grafika
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani. 2003. *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Janus Sidobalok 2006. *Hukum perlindungan Konsumen di Indonesia* Bandung: Citra Aditya Bakti
- Mochtar Kusumaatmaja, 2009 *Asas dan Perlindungan Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Peter Mahmud Marzuki 2016, *Penelitian Hukum* (edisi Revisi) cet. 12. Jakarta "Pranada Media Group
- "Philip Kotler, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Prenhallindo
- 2008, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta, Erlangga)
- Sudaryatmo, 1999. *Hukum & Advokasi Konsumen*, Cet. 2 . Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Sularsih. 2011. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Majalah Warta Konsumen*;

Soejarno soekanton 1986, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: Universitas Indonesia press)

Yusuf Shofie, 2000 *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung:

Yusuf Sofie 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Jakarta : Kapita selekta.

Yusuf Shofi 2002. *Pelaku Usaha Konsumen dn Tindak Pidana Korporasi*, Cet 1 Jakarta: Ghalia Indonesia;

Zulham, 2013. *Hukum perlindungan Konsumen*, Jakarta : Kencana.

B. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembar Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821), Jakarta;

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa; (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1970 Nomor 74, Tambahan Lembaran Negara Nomor 2951, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3872) Jakarta;

Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal;

Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 131) Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3867), Jakarta;

Peraturan Menteri Perindustrian Republik indonesia Nomor 60/M-IND/PER/7/2015 tentang Pemberlakuan Standar Nasional Indonesia biskuit secara wajib;

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 78/m-dag/per/11/2016 tentang unit metrologi legal;

Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 05018/SK/KBPOM Tahun 2001 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis di Lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan

C. Internet

Sularsi, 2011 <http://ylki.or.id/2011/11/membeli-barang-dalam-keadaan-terbungkus> di akses pada tanggal 19 Maret 2018 Pukul 16:51 WIB

Pujiastuti, 2017 <http://www.analisispangan.com/2017/08/biskuit-serta-syarat-mutu-bikuit.html> di akses pada tanggal 17 mei 2018 Pukul 13.20 WIB

Yuanita, 2017 <https://www.google.com/search?q=Bentuk+Tanggungjawab+Pelaku+Usaha+dalam+Memproduksi+dan+Menjual+Produk+Biskuit+yang+Tidak+Sesuai+dengan+Berat+Bersih+Pada+Label++Kemasan&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab>, (45-51) diakses pada tanggal 14 juli 2018 pukul 10.00 WIB