

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Relevan

Dari sekian banyak karya ilmiah dalam bentuk skripsi yang telah disusun oleh peneliti terdahulu tidak di temukan karya ilmiah yang membahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap pangan kadaluarsa studi kasus kecamatan ranomeeto.

Kemudian dari hasil pengamatan penulis tentang kajian-kajian sebelumnya, peneliti m enemukan beberapa kajian relevan di antaranya:

1. Penelitian yang di lakukan oleh Idhun safa'ati menemukan bahwa “perlindungan konsumen terhadap pelabelan produk pangan dalam kemasan” hasil penelitian ini yang diperoleh, bahwa kesadaran para produsen terkait pemenuhan isi label relative rendah, sehingga mengakibatkan label tersebut tidak sesuai dengan standar yang diberikan pemerintah, hal ini terjadi karena pemerintah kurang memeberikan sosialisasi dan edukasi terkait peraturan mengenai label.

Perlindungan hukum terhadap konsumen atas label produk pangan dalam kemasan secara garis besar dikatakan belum ada upaya konkrit dari pemerintah. Pemerintah pemerintah melalui dinas terkait menyatakan telah memberikan sosialisasi tentang pelabelan produk pangan dalam kemasan kepada para produsen, namun kenyataannya para produsen membantah dan mengaku tidak pernah mendapati sosialisasi tersebut,

selain itu sanksi administratif yang berlaku juga belum diterapkan kepada para produsen.

2. Penelitian oleh widia oktaviana, menemukan bahwa “ hubungan antara karakteristik individu dan pengetahuan label gizi dengan membaca label gizi produk pangan kemasan pada konsumen di 9 supermarket wilayah kota tangerang selatan tahun 2016” menemukan bahwa hasil penelitian bahwa 54,75% (112 responden) responden jarang membaca label gizi pada produk kemasan. Adapun jenis zat gizi, produk makanan seperti mie instan adalah yang sering dibeli konsumen, sedangkan pada konsumen tidak membaca label gizi, beralasan karena konsumen tidak paham atau tidak mengerti terkait label gizi. Adapun hasil statistic bivariate, diketahui bahwa terdapat hubungan signifikan antara tingkat pendidikan dan pengetahuan label gizi terhadap membaca label gizi produk pangan kemasan. Adapun kebaharuan dalam penelitian ini dari judul sebelumnya didalam pelaksanaan efektifitas tugas perlindungan konsumen tertib niaga (PKTN) provinsi sulawesi tenggara dalam pencantuman produk label makanan
3. Penelitian oleh Nicky oktaviana menemukan bahwa “ pengaruh label halal dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan impor (pada masyarakat muslim kota metro) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian mulai uji f bahwa variabel label halal

dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Adapun persamaan dari ketiga penelitian adalah sama-sama meneliti tentang label pangan. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya terletak pada lokasi dan bidang kajiannya. Penelitian yang akan penulis lakukan di kecamatan ranomeeto, kabupaten konawe selatan. Perbedaan yang lain dapat dilihat dari bidang kajiannya, setiap penelitian diatas masing-masing memiliki pokok permasalahan yang akan diteliti oleh penulis adalah efektifitas tugas perlindungan konsumen tertib niaga (PKTN) provinsi sulawesi tenggara. Adapun fokus penelitian yang akan di lakukan mengenai efektifitas pengawasan perlindungan konsumen tertib niaga sehingga penelitian yang akan diangkat oleh penulis berharap akan memiliki subangsih besar terhadap hasil dari kasus yang akan penulis teliti.

Adapun pendekatan penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena data yang diperoleh dari lapangan hanya sedikit dan bersifat mografis atau berwujud kasus-kasus (sehingga tidak dapat disusun secara klasifikatoris). Waktu penelitian dilakukan pada tahun 2021, dan tempat penelitian dilakukan di kecamatan ranomeeto, kabupaten konawe selatan. Kriteria ruko yang menjadi objek penelitian ini adalah dimana bentuk bangunan ruko ini lebih besar dan luas tidak seperti kios-kios pada umumnya dan lebih banyak menjual produk-produk makanan/minuman. Yang menjadi subjek penelitian ini adalah masyarakat

ranomeeto dan bahan yang berlabel akan diteliti adalah seperti keripik, donat dan beberapa cemilan lainnya yang bisa menjadi data penelitian ini.

2.1 Deskripsi Teori

2.2.1 efektivitas

Menurut Gibson efektivitas adalah pencapaian tujuan dan sasaran yang telah disepakati untuk mencapai tujuan usaha bersama. Tingkat tujuan dan sasaran itu menunjukkan tingkat efektivitas. Tercapainya tujuan dan sasaran itu akan ditentukan oleh tingkat pengorbanan yang telah dikeluarkan. David J. Lawles dalam Gibson, Invancevich dan Donnelly mengatakan bahwa efektivitas memiliki tiga tingkatan yaitu:

1. efektivitas individu

efektivitas individu didasarkan pada pandangan dan segi individu yang menekankan pada hasil karya karyawannya atau anggota dari organisasi.

2. Efektivitas kelompok

Adanya pandangan bahwa pada kenyataannya individu saling bekerja sama dalam kelompok. Jadi efektifitas kelompok merupakan jumlah kontribusi dari semua anggota dari organisasi.

3. Efektivitas organisasi terdiri dari efektivitas individu dan kelompok

Melalui sinergitas, oerorganisasi mampu mendapatkan hasil karya tiap-tiap bagiannya. Efektivitas organisasi dapat dirumuskan sebagai tingkat perwujudan sasaran yang menunjukkan sejauh mana sasaran telah tercapai. (JL JM invancevich & donnelly, 2001)

2.2.2 Pengertian Label Makanan

Informasi yang jelas dan benar yang terdapat pada label kemasan pangan akan memudahkan konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau tidak jadi membeli suatu produk pangan. Jika produsen sudah secara benar mencantumkan label kemasan pangan maka yang harus dicermati adalah kesadaran konsumen dalam memanfaatkan sarana tersebut. Walaupun produk pangan semakin beragam dewasa ini, tetapi hal itu tidak akan menyulitkan konsumen dalam memilih jika mereka mau memperhatikan label kemasan pangan dari produk-produk yang ada dipasaran.

Label kemasan pangan adalah sumber informasi bagi konsumen tentang suatu produk makanan karena konsumen tidak bisabertemu langsung dengan produsennya. Oleh karena itu label dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen untuk menentukan pilihan. Masyarakat di Negara maju sudah terbiasa membaca label kemasan pangan dengan cermat dan teliti serta membandingkan dengan produk lain dari segi komposisi, berat bersih, serta harga sebelum mereka membeli.

Menurut moniharapon (1998), tujuan pemberian label kemasan pangan adalah agar masyarakat yang membeli dan mengkonsumsinya memperoleh informasi yang benar dan jelas tentang setiap produk pangan yang dikemas, baik menyangkut asal keamanan mutu kandungangizi maupun keterangan lain yang diperlukan, sebelum memutuskan akan membeli atau mengkonsumsi produk pangan tersebut. (susanto, 2008)

2.2.3 Tanggung jawab Pelaku Usaha dalam Menjamin Mutu produksi

Pada dasarnya ada hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, hubungan yang dimaksud adalah hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen, oleh karena itu hukum perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen yang dijamin pemenuhannya melalui penegakan hukum. Kewajiban pelaku usaha merupakan tanggung jawab yang harus emban oleh pelaku usaha kepada konsumen dan sebaliknya hak konsumen adalah kewajiban konsumen kepada pelaku usaha.

Tanggung jawab pelaku usaha dalam perlindungan konsumen dapat perlindungan konsumen dapat dibagi menjadi tiga aspek yaitu:

1. Kegiatan yang dilarang kepada pelaku usaha
2. Pemenuhan hak-hak konsumen
3. Standarisasi mutu produksi. (Ali mansyur, 2015)

2.2.4 Teori Lawrence M friedman

1. Subtansi Hukum(legal substance)

Dalam teori Lawrence meir friedman, subtansi hukum dikatakan sebagai sistem subtansi yang menentukan bisa atau tidaknya hukum itu dilaksanakan. Subtansi juga produk yang dihasilkan oleh orang yang berada dalam sistem hukum yang mencakup keputusan yang mereka keluarkan, aturan baru yang mereka susun. Subtansi juga mencakup hukum yang hidup (living law). Sebagai Negara yang masih menganut sistem civil law sistem atau sistem eropa continental (meski sebagian peraturanperundang-undangan juga telah menganut commonlaw sistem

atau anglo sexon) dikatakan hukum adalah peraturan-peraturan yang tertulis sedangkan peraturan-peraturan yang tidak tertulis bukan dinyatakan hukum. Sistem ini mempengaruhi sistem hukum di Indonesia. salah satu pengaruhnya adalah adanya asas legalitas dalam KUHP. Dalam Pasal 1 KUHP ditentukan “ tidak ada suatu perbuatan pidana yang dapat dihukum jika tidak ada aturan yang mengaturnya” sehingga bisa atau tidak suatu perbuatan dikenakan sanksi hukum apabila perbuatan tersebut telah mendapatkan pengaturannya dalam peraturan perundang-undangan.

2. Struktur Hukum

Dalam teori Lawrence m friedman hal ini disebut sebagai sistem struktural yang menentukan bisa atau tidaknya hukum itu dilaksanakan dengan baik. Struktur hukum berdasarkan UU Nomor 8 Tahun 1981 meliputi: mulai dari kepolisian, kejaksaan, pengadilan, dan badan pelaksana pidana (lapas). Kewenangan lembaga penegak hukum dijamin oleh undang-undang. Sehingga dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya terlepas dari pengaruh kekuasaan pemerintah dan pengaruh-pengaruh lain. Terdapat adagium yang menyatakan “ fiat justitia et pereaat mundus” (meskipun dunia ini runtuh hukum harus ditegakkan) hukum tidak dapat berjalan atau tegak bila tidak ada aparat penegak hukum harus kredibilitas, kompeten dan independen. Seberapa bagusnya suatu peraturan perundang undangan bila tidak didukung dengan aparat penegak hukum yang mengakibatkan penegakan hukum tidak berjalan sebagaimana mestinya.

Banyak faktor yang mempengaruhi lemahnya mentalitas aparat penegak hukum diantaranya lemahnya pemahaman agama, ekonomi, proses rekrutmen yang tidak transparan dan lain sebagainya. Sehingga dapat dipertegas bahwa faktor penegak hukum memainkan peran penting dalam memfisikan hukum. Kalau peraturan sudah baik, tetapi kualitas penegak hukum rendah maka akan ada masalah. Demikian juga, apabila peraturannya buruk sedangkan kualitas penegak hukum baik, kemungkinan munculnya masalah masih terbuka;

3. Budaya hukum

Menurut Lawrence dan Friedman adalah sikap manusia terhadap hukum dan sistem hukum kepercayaan, nilai, pemikiran, serta harapannya, kultur hukum adalah suasana pemikiran sosial dan kekuatan sosial yang menentukan bagaimana hukum digunakan, dihindari, atau disalahgunakan. Budaya hukum masyarakat maka akan tercipta budaya hukum yang baik dan dapat merubah pola pikir masyarakat mengenai hukum selama ini. Secara sederhana, tingkat kepatuhan masyarakat terhadap hukum merupakan salah satu indikator berfungsinya hukum. (wahyudi, 2012)

2.2.5 Politik Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan Konsumen

Dengan semakin kritisnya masyarakat, terbukanya era globalisasi dan kecanggihan teknologi serta kompetisi antar pelaku usaha yang semakin ketat, mulai terlihat kecenderungan pelaku usaha untuk menyelaraskan produknya

dengan keinginan konsumen, meski ada sebagian dari mereka yang masih mempertahankan kultur “Mereka meninggalkan paradigma *product out*, yaitu memproduksi barang dan jasa sebanyak-banyaknya tanpa diimbangi *quality control* memadai.

Politik hukum harus mencakupi kepentingan-kepentingan dalam masyarakat, baik kepentingan yang bersifat sosial maupun kepentingan pribadi. Setiap kepentingan dalam masyarakat harus mendapat pengayoman atau perlindungan dari hukum, termasuk kepentingan ekonomi menjadi urgen, karena titik berat pembangunan sekarang masih berorientasi pada pembangunan ekonomi. Di sinilah letaknya hubungan antara kepentingan ekonomi dan hukum yang perlu diakomodasi dalam politik hukum. (Dr. Firman Turmantara Endipradja S.H., 2016)

Hal tersebut bukan hanya gejala regional saja, tetapi menjadi permasalahan yang mengglobal dan melanda seluruh konsumen di dunia. Timbulnya kesadaran konsumen, telah melahirkan salah satu cabang baru dalam ilmu hukum yaitu hukum Perlindungan Konsumen yang dikenal juga dengan hukum konsumen (*consumers law*). Hukum Perlindungan Konsumen merupakan cabang hukum yang bercorak Universal. Sebagian besar perangkatnya diwarnai hukum Asing, namun kalau dilihat dari hukum positif yang sudah ada di Indonesia ternyata dasar-dasar yang menopang sudah ada sejak dulu termasuk hukum adat. Fokus gerakan perlindungan konsumen (*konsumerisme*) dewasa ini sebenarnya masih paralel dengan gerakan-gerakan pertengahan abad ke-20. Gerakan perlindungan konsumen di Indonesia mulai dikenal dari gerakan serupa

di Amerika Serikat. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang secara populer dipandang sebagai perintis advokasi konsumen di Indonesia berdiri pada kurun waktu itu, yakni 11 Mei 1973. Gerakan di Indonesia ini cukup responsive terhadap keadaan, bahkan mendahului Resolusi Dewan Ekonomi dan Sosial PBB (ECOSOC) No. 2111 Tahun 1978 Tentang Perlindungan Konsumen.

Setelah YLKI kemudian muncul organisasi-organisasi serupa, antara lain Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang tahun 1985, Yayasan Bina Lembaga Konsumen Indonesia (YBLKI) di Bandung dan beberapa perwakilan di berbagai provinsi tanah air. Keberadaan YLKI sangat membantu dalam upaya peningkatan kesadaran akan hak-hak konsumen karena lembaga ini tidak hanya sekedar melakukan penelitian atau pengujian, penerbitan dan menerima pengaduan, tapi juga sekaligus mengadakan upaya advokasi langsung melalui jalur Pengadilan. YLKI bersama dengan BPHN (Badan Pembinaan Hukum Nasional) membentuk Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Namun Rancangan Undang-Undang ini ternyata belum dapat memberi hasil, sebab pemerintah mengkhawatirkan bahwa dengan lahirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen akan menghambat laju pertumbuhan ekonomi. Pada awal tahun 1990-an, kembali diusahakan lahirnya Undang-undang yang mengatur mengenai perlindungan konsumen. Salah satu ciri pada masa ini adalah Pemerintah dalam hal ini Departemen Perdagangan sudah memiliki kesadaran tentang arti penting adanya Undang-undang Perlindungan Konsumen. Hal ini diwujudkan dalam dua naskah Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu yang pertama adalah hasil kerjasama dengan fakultas Hukum

Universitas Gajah Mada dan yang kedua adalah hasil kerjasama dengan Lembaga Penelitian Universitas Indonesia. Tetapi hasilnya sama saja, kedua naskah Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut tidak dibahas di DPR.

Pada akhir tahun 1990-an, Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak hanya diperjuangkan oleh Lembaga Konsumen dan Departemen Perdagangan, tetapi adanya tekanan di Lembaga Keuangan Internasional (IMF/International Monetary Fund). Berdasarkan desakan dari IMF itulah akhirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat dibentuk. (Sudaryatmo, 2001)

Keberadaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan simbol kebangkitan hak-hak sipil masyarakat, sebab hak konsumen pada dasarnya juga adalah hak-hak sipil masyarakat. Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga merupakan penjabaran lebih detail dari hak asasi manusia, khususnya hak ekonomi. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mulai berlaku sejak tanggal 20 April 2000. Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, walaupun judulnya mengenai perlindungan konsumen tetapi materinya lebih banyak membahas mengenai pelaku usaha dengan tujuan melindungi konsumen. Hal ini disebabkan pada umumnya kerugian yang diderita oleh konsumen merupakan akibat perilaku dari pelaku usaha, sehingga perlu diatur agar tidak merugikan konsumen. Hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen merupakan dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasannya. Az Nasution berpendapat bahwa hukum perlindungan

konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Sedangkan hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak atau satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa di dalam pergaulan hidup. (Nasution A. , 1995)

Undang-undang Perlindungan Konsumen ini pun memiliki segi positif dan negatif yaitu: Segi positif adalah:

1. Dengan adanya Undang-Undang ini maka hubungan hukum dan masalah-masalah yang berkaitan dengan konsumen dan penyedia barang dan/atau jasa dapat ditanggulangi.
2. Kedudukan konsumen dan penyedia barang dan/atau jasa adalah sama dihadapan hukum.

Segi negatif dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah:

1. Pengertian dan istilah yang digunakan di dalam peraturan perundangundangan yang ada tidak selalu sesuai dengan kebutuhan konsumen dan perlindungan konsumen.
2. Kedudukan hukum antara konsumen dan penyedia produk (pengusaha) jadi tidak berarti apa-apa, karena posisi konsumen tidak seimbang, lemah dalam pendidikan, ekonomis dan daya tawar, dibandingkan dengan pengusaha penyedia produk konsumen.

3. Prosedur dan biaya pencarian keadilannya, belum mudah, cepat dan biayanya murah sebagaimana dikehendaki perundang-undangan yang berlaku.

2.2.6 Asas-Asas Perlindungan Konsumen

Asas-asas perlindungan konsumen antara lain yaitu sebagai berikut:

- 1) Asas Manfaat

Asas manfaat adalah upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

- 2) Asas keadilan

Asas keadilan adalah memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

- 3) Asas keseimbangan

Asas keseimbangan adalah memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil dan spiritual.

- 4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas keamanan dan keselamatan konsumen adalah untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada

konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

5) Asas kepastian hukum

Asas kepastian hukum, yakni baik pelaku maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum. (purwaningsih, 2015)

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa asas-asas perlindungan konsumen meliputi: asas manfaat, asas keadilan, asas keseimbangan, asas keamanan dan keselamatan konsumen, serta asas kepastian hukum.

2.2.7. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen

Dalam Pasal 8 Ayat (1) Huruf G Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan atau memperdagangkan barang dan atau jasa yang tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan atau pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu. Dan disebutkan juga dalam Pasal 12 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan bahwa setiap orang berkewajiban menjaga dan meningkatkan derajat kesehatan bagi orang lain yang menjadi tanggung jawabnya. Dalam hal ini pelaku usaha wajib menjaga dan meningkatkan derajat kesehatan bagi konsumen yang menjadi tanggung jawabnya dengan tidak menjual makanan kadaluarsa.

Dalam Pasal 97 Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan yang selanjutnya disebut Undang-Undang Pangan menyebutkan bahwa pencantuman label di dalam dan/atau pada Kemasan Pangan ditulis atau dicetak dengan menggunakan Bahasa Indonesia serta memuat keterangan tentang kadaluarsa.

Pasal 99 Undang-Undang Pangan juga menyebutkan bahwa setiap orang dilarang menghapus, mencabut, menutup, mengganti label, melabel kembali, dan/atau menukar tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa Pangan yang diedarkan.

Kemudian Pasal 27 Ayat (2) dan (3) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label Dan Iklan Pangan mengatur cara pencantuman tanggal kadaluarsa yaitu pada Pasal 27 Ayat (2) menyebutkan Pencantuman tanggal, bulan dan tahun kadaluarsa dilakukan setelah pendantuman tulisan “Baik Digunakan Sebelum”, sesuai dengan jenis dan daya tahan pangan yang bersangkutan. Dalam hal ini keterangan yang digunakan adalah kata “baik digunakan sebelum”, namun hal ini tidak mengurangi makna ketentuan yang menyatakan tentang larangan memperdagangkan pangan yang melampaui saat kadaluwarsanya dan pada Pasal 27 Ayat (3) menyebutkan dalam hal produk pangan yang kedaluwarsanya lebih dari 3 (tiga) bulan, diperbolehkan untuk hanya mencantumkan bulan dan tahun kadaluarsa saja.

Berdasarkan pada Pasal 1 Butir 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada

konsumen. Kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen yang diperkuat melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan harapan agar pelaku usaha tidak lagi sewenang-wenang yang selalu merugikan hak konsumen seperti contoh yaitu mencurangi konsumen dengan menjual makanan yang kadaluwarsa. Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak hak sebagaimana diatur pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan mereka pun bisa menggugat atau menuntut jika ternyata hak-haknya telah dirugikan atau dilanggar oleh pelaku usaha. (Shidarta, 2006).

2.2.8. Hak Dan Kewajiban Konsumen Dan Pelaku Usaha

Berdasarkan UU No.8 tahun 1999 pasal 4 dan 5, hak dan kewajiban konsumen antara lain:

A. Hak konsumen

1. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak untuk memelihara barang dan/atau jasa serta mendapat barang dan/atau jasa, sesuai nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang di janjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi jaminan barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk di dengar pendapat dan keluhan atas barang dan/atau jasa yang digunakan.

5. Hak untuk mendapatkan advikasi dalam upaya penyelesaian sengketa.
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk di perlakukan untuk di layani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif berdasar suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya miskin dan status social lainnya.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau pengantian apabila jasa yang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana gantinya.
9. hak-hak yang di atur dalam ketentuan peraturan perundangan-undangan lainnya.

B. Kewajiban konsumen

1. Membaca, mengikuti petunjuk informasi prosedur pemakaian barang dan/atau jasa keamanan dan keselamatan
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa
3. Membayar sesuai nilai tukar yang disepakati dan
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. (miru & yodo, 2015)

Konsumen diwajibkan beritikad baik dalam transaksi pembelian barang dan/atau jasa dengan membayar sesuai nilai tukar yang disepakati, namun hal demikian masih ada juga konsumen yang tidak beritikad baik dalam

bertransaksi. Berikut adalah hak dan kewajiban pelaku usaha, dalam pasal 6 hak pelaku usaha adalah:

C. Hak pelaku usaha

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
3. Hak untuk melakukan pemebelaaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila 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. (miru & yodo, 2015)

2.2.9. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Adapun tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen terkait tanggung jawab pelaku usaha terhadap pangan kadaluarsa di bahas dalam UU no 8 tahun 1999 yaitu:

- Pasal 19

1. Pelaku Usaha Bertanggung Jawab Memberikan Ganti Rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat

mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

2. Ganti sebagaimana yang dimaksud pada ayat (a) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/jasa pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (a) dan ayat (b) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (a) dan (b) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat memberikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

- Pasal 20

Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang di produksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

- Pasal 21

- a. Importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang di impor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri.

b. Importer jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila menyediakan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.

- **Pasal 22**

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana dimaksud dalam pasal 19 ayat (4), pasal 20, dan 21 merupakan beban dan bertanggung jawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian.

- **Pasal 23**

Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam pasal 19 ayat (1) ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

- **Pasal 24**

a. Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila:

1) Pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/atau jasa tersebut;

- 2) Pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi,
- b. Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (a) dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan/atau jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut.

- **Pasal 25**

- a. Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan suku cadang dan/atau jasa fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan.
- b. Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (a) bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha tersebut :
- 1) Tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas perbaikan:
 - 2) Tidak memenuhi atau gagal memenuhi jaminan atau garansi yang di perjanjikan.

- **Pasal 26**

Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau jasa garansi yang disepakati dan/atau yang di perjanjikan.

- **pasal 27**

pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen, apabila:

1. Barang tersebut seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk di edarkan;
2. Cacat barang timbul pada kemudian hari
3. Cacat timbul

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam pasal 19, pasal 22, dan pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha. (karisma, 2020)

2.2.10 Penyelesaian Sengketa Konsumen

- **Pasal 45 Ayat (4) UUPK**

UUPK membagi penyelesaian sengketa konsumen menjadi 2 bagian:

1. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan
 - a. Penyelesaian sengketa secara damai, oleh para pihak sendiri, konsumen dan Pelaku usaha/ produsen;
 - b. Penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dengan menggunakan mekanisme alternative dispute resolution, yaitu konsiliasi, mediasi dan arbitrase.

2. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan.

Gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh jika upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (selanjutnya disebut sebagai BPSK) tidak berhasil. Ini berarti penyelesaian sengketa melalui pengadilan tetap dibuka setelah para pihak gagal menyelesaikan sengketa mereka di luar pengadilan. (Pasal 45 Ayat (4) UUPK). (tami, 2008)

- **Pasal 45**

1. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
2. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
3. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (b) tidak menghilangkan tanggungjawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.
4. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui

pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

2.2.11. Sanksi

1. Sanksi Administratif

Mengenai sanksi yang diberikan apabila melanggar apa yang sudah ditentukan dalam peraturan tersebut, tertuang dalam Pasal 61 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 yang menetapkan bahwa sanksi yang diberikan adalah sanksi administratif. Untuk jenis sanksinya diatur dalam Pasal 61 ayat (2) Peraturan Pemerintah tersebut, yaitu:

- a. peringatan secara tertulis;
- b. larangan mengedarkan untuk sementara waktudan atau peintah untuk menarik produk pangan dari peredaran;
- c. pemusnahan pangan jika terbukti membahayakan kesehatan dan jiwa manusia;
- d. penghentian produksi untuk sementara waktu
- e. pengenaan denda paling tinggi Rp. 50.000.000,00 (limapuluh juta rupiah), dan atau;
- f. pencabutan izin produksi atau izin usaha

2. Sanksi Pidana

Pasal 61

Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

BAB 2 Pasal 62 :

- 1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- 2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- 3) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku. (miru & yodo, 2015)

Kementerian perdagangan berdasarkan peraturan presiden republik indonesia nomor 48 tahun 2015 tentang kementerian perdagangan diberikan tugas dan kewenangan membantu presiden dalam mengawal kegiatan perdagangan di Indonesia melalui direktorat jenderal perlindungan konsumen dan tertib niaga. Direktorat jenderal perlindungan konsumen dan tertib niaga berada dibawah dan

bertanggung jawab kepada menteri.

Direktorat jenderal perlindungan konsumen dan tertib niaga dipimpin oleh direktorat jenderal. Direktorat jenderal perlindungan konsumen dan tertib niaga mempunyai tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pemberdayaan konsumen, standarisasi perdagangan dan pengendalian mutu barang, tertib ukur, dan pengawasan barang beredar dan atau jasa di pasar, serta pengawasan kegiatan perdagangan.

Pada pelaksanaan tugasnya sebagaimana dimaksud dalam pasal 12 peraturan presiden republik Indonesia nomor 48 tahun 2015 tentang kementerian perdagangan, direktorat jenderal perlindungan konsumen dan tertib niaga menyelenggarakan fungsi:

1. Pengumuman kebijakan di bidang pemberdayaan konsumen. Standarisasi perdagangan dan pengendalian mutu barang. Tertib ukur, dan pengawasan barang beredar dan atau jasa di pasar, serta pengawasan kegiatan perdagangan.
2. Pelaksanaan kebijakan di bidang pemberdayaan konsumen, standarisasi perdagangan dan pengendalian mutu barang, tertib ukur, dan pengawasan barang beredar dan atau jasa di pasar, serta pengawasan kegiatan perdagangan;
3. Penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria di bidang pemberdayaan konsumen, standarisasi perdagangan dan pengendalian mutu barang, tertib ukur, dan pengawasan barang beredar dan atau jasa di pasar, serta pengawasan kegiatan di perdagangan;

4. Pelaksanaan pemberian bimbingan teknis dan supervise di bidang pemberdayaan konsumen, standardisasi perdagangan dan pengendalian mutubarang, tertib ukur, dan pengawasan kegiatan perdagangan;
5. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang pemberdayaan konsumen, standardisasi perdagangan dan pengendalian mutu barang, tertib ukur, dan pengawasan barang beredar dan atau jasa di pasar, serta pengawasan kegiatan perdagangan
6. Pelaksanaan administrasi direktorat jenderal perlindungan konsumen dan tertib niaga dan
7. Pelaksanaan fugsu lain yang diberikan oleh menteriya

2.2.12 Tugas dan pokok Direktorat jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga

Menyusun program dan langkah-langkah kerja bidang perlindungan konsumen dan tertib niaga.

- 1) Memahami peraturan perundang-undangan dan ketentuan lainnya yang berlaku untuk menunjang pelaksanaan tugas.
- 2) Merumuskan bahan fasiliias hubungan kerjasama dunia usaha dalam rangka perlindungan konsumen dan tertib niaga.
- 3) Menyusun rencana kegiatan dan bahan dalam rangka bimbingan pembinaan dan pengendalian di bidang perlindungan konsumen dan tertib niaga.
- 4) Menyiapkan bahan pengawasan barang beredar dan barang dalam keadaan terbungkus (BDKT) serta pengendalian alat ukur takar timbang dan

perlengkapan (UTTP).

- 5) Memberikan tanda daftar perlindungan konsumen swadaya masyarakat (TDLPKSM).
- 6) Melaksanakan koordinasi dengan unit kerja terkait
- 7) Menyelenggarakan pemantauan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dibidang perlindungan konsumen dan tertib niaga.
- 8) Melaksanakan tugas-tugas kedinasan lainnya sesuai dengan petunjuk dan arahan kepala dinas.

2.2.13 Peraturan pemerintah

Peraturan pemerintah Nomor 69 tahun 1999 tentang label dan iklan pangan Pasal 3 ayat 2 menetapkan bahwa label dan iklan pangan sekurang-kurangnya memuat:

1. Nama produk
2. Daftar bahan yang digunakan
3. Berat bersih
4. Nama dan alamat pihak yang memproduksi
5. Tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa

UU No. 18 tahun 2012 tentang pangan mengharuskan pencantuman nomor izin edar bagi pangan olahan. (septian & rahayu, 2014)

PP adalah peraturan pemerintah yang mengatur tentang label, iklan, dan pangan untuk tujuan pengaturan, pembinaan, dan pengawasan pangan adalah dan bertanggung jawab; bahwa label dan iklan pangan merupakan sarana dalam kegiatan perdagangan pangan yang memiliki arti penting, sehingga perlu diatur

dan dikendalikan agar informasi mengenai pangan yang disampaikan kepada masyarakat adalah benar dan tidak menyesatkan. Hal ini diatur dalam peraturan pemerintah No.69 tahun 1999. (yasri, 2020)

2.2.14 Dalam Melaksanakan Tugas, Bidang Perlindungan Konsumen dan tertib Niaga Terdiri Dari Tiga Seksi

1. Tugas pokok dan fungsi seksi barang beredar dan jasa

Adapun tugas pokok dan fungsinya yaitu membantu kepala bidang melaksanakan tugas seksi barang beredar dan jasa.

Dalam melaksanakan tugas seksi barang beredar dan jasa mempunyai fungsi:

- 1) Penyiapan bahan pelayanan dan bimbingan teknis dalam hal barang beredar dan jasa
- 2) Penyiapan bahan perdagangan yang terkait dengan barang beredar dan jasa.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsi, seksi barang beredar dan jasa memiliki uraian tugas:

- 1) Menyusun program dan langkah-langkah kerja seksi barang, beredar dan jasa;
- 2) Memahami peraturan perundang-undangan dan ketentuan lainnya yang berlaku untuk menunjang kelancaran tugas;
- 3) Menyusun rancangan peraturan perundang-undangan dan ketentuan lainnya sebagai bahan penetapan kebijakan dibidang barang beredar dan jasa;

- 4) Menginventarisasi dan mengidentifikasi data dan informasi barang beredar dan jasa;
- 5) Menyusun rencana kegiatan dan bahan dalam rangka bimbingan pembinaan dan pengendalian dibidang barang beredar dan jasa;
- 6) Mengawasi dan memantau urus barang dan jasa yang beredar di masyarakat.
- 7) Menyelenggarakan pelaporan kegiatan pelaksanaan tugas seksi barang beredar dan jasa;
- 8) Melaksanakan tugas kedinasan lain sesuai petunjuk kepala bidang perlindungan konsumen dan tertib niaga.

2. Tugas pokok dan fungsi perlindungan konsumen

Adapun tugas pokok dan fungsinya yaitu membantu kepala bidang melaksanakan tugas seksi perlindungan konsumen.

Dalam melaksanakan tugas, seksi perlindungan konsumen mempunyai fungsi:

- 1) Penyiapan bahan pelayanan dan bimbingan teknis dalam hal perlindungan konsumen
- 2) Penyiapan bahan pelayanan dan bimbingan teknis usaha perdagangan barang dan jasa dalam negeri dan perlindungan konsumen.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsi, seksi perlindungan konsumen memiliki uraian tugas:

- 1) Menyusun program dan langkah-langkah kerja seksi perlindungan

konsumen;

- 2) Memahami peraturan perundang-undangan dan ketentuan lainnya yang berlaku untuk menunjang kelancaran tugas;
- 3) Menyiapkan bahan rancangan untuk kegiatan bidang perlindungan konsumen
- 4) Merumuskan bahan informasi mengenai pemberian bimbingan, pengarahan serta petunjuk teknis dalam rangka pengembangan terkait perlindungan konsumen;
- 5) Memberikan tanda daftar perlindungan konsumen swadaya masyarakat (TDLPSM);
- 6) Menyiapkan bahan pengawasan barang beredar dan barang dalam keadaan terbungkus (BDKT) serta pengendalian alat ukur takar timbang dan perlengkapannya (UTTP).
- 7) Melaksanakan koordinasi dengan unit kerja terkait;
- 8) Menyeleenggarakan pelaoporan pelaksanaan tugas seksi perlindungan konsumen;
- 9) Melaksnakan tugas kedinasan lainnya sesuai dengan petunjuk kepala bidang perlindungan konsumen dan tertib niaga.

3. Tugas pokok dan fungsi bimbingan dan penyuluhan

Adapun tugas pokok dan fungsinya yaitu membantu kepala bidang melaksanakan tugas seksi dan penyuluhan.

Dalam melaksanakan tugas seksi bimbingan dan penyuluhan mempunyai fungsi;

- 1) Penyiapan bahan pelayanan dan bimbingan teknis dalam hal perlindungan konsumen tertib niaga
- 2) Pemberian pelayanan teknis melalui bimbingan, pembinaan dan penyuluhan dalam rangka pemberdayaan masyarakat.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsi, seksi bimbingan dan penyuluhan memiliki uraian tugas:

- 1) Menyusun program dan langkah-langkah kerja seksi bimbingan dan penyuluhan;
- 2) Memahami peraturan perundang-undangan dan ketentuan lainnya yang berlaku untuk menunjang kelancaran tugas;
- 3) Menyusun rancangan peraturan perundang-undangan dan ketentuan lainnya sebagai bahan penetapan kebijakan di bidang bimbingan dan penyuluhan;
- 4) Menyampaikan peraturan perundang-undangan dan ketentuan pelaksanaan di bidang perlindungan konsumen kepada masyarakat pada umumnya serta pengusaha dan konsumen pada khususnya;
- 5) Melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap barang dan jasa yang beredar serta penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen;
- 6) Menginventarisasi dan mengidentifikasi data dan informasi bimbingan dan penyuluhan;
- 7) Menyusun rencana kegiatan dan bahan dalam rangka bimbingan pembinaan dan pengendalian di bidang perlindungan konsumen

dan tertib niaga;

- 8) Menyelenggarakan pelaporan kegiatan pelaksanaan tugas seksi bimbingan dan penyuluhan;
- 9) Melaksanakan tugas kedinasan lainnya sesuai petunjuk kepala bidang perlindungan konsumen dan tertib niaga;

2.2.15 Teori Kesadaran Hukum

Kesadaran hukum menurut wiginjoesobroto ialah kesediaan masyarakat dalam berperilaku sesuai dengan aturan hukum yang telah ditetapkan. Dalam kesadaran hukum memiliki dua dimensi, yaitu kognitif dan efektif. Kognitif merupakan pengetahuan tentang hukum yang mengatur perilaku tertentu baik dilarang maupun diperintahkan sesuai dengan hukum yang telah ditentukan, Sedangkan efektif suatu bentuk keinsyafan yang mengakui bahwa hukum memang harus dipatuhi.

Sedangkan Menurut soerjono soekanto, kesadaran hukum merupakan kepatuhan terhadap hukum dari persoalan yang secara luas, masalah pengetahuan, pengakuan, serta penghargaan terhadap hukum, dari adanya pengetahuan hukum tersebut akan tumbuh suatu pengakuan dan penghargaan terhadap aturan-aturan hukum, selanjutnya akan timbul suatu kepatuhan hukum. (fuad, 2010)

