Jurnal Hukum dan Kebijakan Strategis

https://ejurnals.com/ojs/index.php/jhks Vol. 7, No. 4, Oktober 2026

ANALISIS TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA ATAS BARANG TIDAK SESUAI KOMPOSISI: PERSPEKTIF PASAL 62 UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN NO. 8 TAHUN 1999

Yuyut Prayuti[1], Arman Lany[2], Fane Virginia Yusmana[3], Muhamad Reza[4], Sultan Sehafudin[5], Mochamad Rainnoer Zaelani[6]

[1,2,3,4,5,6]Universitas Islam Nusantara

prayutiyuyut@gmail.com[1], arman_lany@yahoo.com[2], fane.virginia2@gmail.com[3], muhamadreza29@gmail.com[4], sehafudinss@gmail.com[5], mochrainnoer@gmail.com[6]

ABSTRAK

Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar dan jelas tentang produk yang mereka beli. Salah satu hak tersebut adalah hak untuk mendapatkan informasi mengenai komposisi produk. Di Indonesia, hak ini dilindungi oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 (UU Perlindungan Konsumen). Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha atas barang yang tidak sesuai dengan komposisi yang tertera pada label. Pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen yang dirugikan akibat barang yang tidak sesuai dengan komposisi. Jurnal ini akan menganalisis tanggung jawab pelaku usaha atas barang yang tidak sesuai dengan komposisi berdasarkan Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen. Perlindungan hukum terhadap konsumen diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999 dan juga dalam KUH Perdata. Mengenai barang yang tidak sesuai komposisi, UU No. Tahun 1999 telah menyebutkan dalam Pasal 8 ayat (1) huruf e yaitu melarang pelaku usaha menjual barang-barangnya yang tidak sesuai komposisi. Dan UU No. 8 Tahun 1999 juga telah mengatur tanggung jawab pelaku usaha secara tegas yang dinyatakan dalam Pasal 19. menurut KUH Perdata dalam hal tidak sesuai komposisi pada barang, baik yang diketahui oleh si penjual sendiri, maupun yang tidak diketahui oleh si penjual. Peranan Pemerintah dan Lembaga Perlindungan Konsumen dalam mengawasi peredaran produk yang tidak sesuai komposisi yaitu melakukan pembinaan dan pengawasan dalam berbagai hal seperti sosialisasi terhadap masyarakat mengenai standar barang serta hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Pembinaan terhadap pelaku usaha adalah untuk mendorong pelaku usaha bertindak sesuai dengan aturan yang berlaku baik sesuai peraturan perundang-undangan sehingga tercipta iklim usaha yang sehat dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara konsumen dan pelaku usaha. Juga terhadap konsumen supaya meningkat sumber daya konsumen dan mempunyai kesadaran yang kuat atas hak–haknya. Pengawasan terhadap pelaku usaha adalah untuk memastikan terselenggaranya hak dan kewajiban para pihak. Selain oleh Pemerintah, Lembaga Konsumen juga melakukan upaya untuk melindungi konsumen yaitu bekerja sama dengan masyarakat dan pemerintah dalam hal aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang resiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label,

pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha dan juga melakukan penelitian, pengujian dan/atau survei yang dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang diduga tidak memenuhi unsur keamanan, kesehatan, kenyamanan dan keselamatan konsumen.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Tanggung Jawab Pelaku Usaha, Barang Tidak Sesuai Dengan Komposisi.

ABSTRACT

Consumers have the right to obtain correct and clear information about the products they purchase. One of these rights is the right to obtain information regarding product composition. In Indonesia, this right is protected by the Consumer Protection Law no. 8 of 1999 (Consumer Protection Law). Article 62 of the Consumer Protection Law regulates the responsibility of business actors for goods that do not comply with the composition stated on the label. Business actors are responsible for providing compensation to consumers who are harmed by goods that do not match the composition. This journal will analyze the responsibility of business actors for goods that do not comply with the composition based on Article 62 of the Consumer Protection Law. Legal protection for consumers is regulated in Law no. 8 of 1999 and also in the Civil Code. Regarding goods that do not comply with the composition, Law no. In 1999, Article 8 paragraph (1) letter e stated that it prohibits business actors from selling goods that do not match the composition. And Law no. 8 of 1999 has also regulated the responsibilities of business actors expressly as stated in Article 19. according to the Civil Code in the event that the composition of the goods does not match, whether known by the seller himself or unknown by the seller. The role of the Government and Consumer Protection Institutions in supervising the distribution of products that do not comply with the composition is to provide guidance and supervision in various matters such as outreach to the public regarding product standards and the rights and obligations of consumers and business actors. Guidance for business actors is to encourage business actors to act in accordance with applicable rules and regulations so as to create a healthy business climate and the growth of healthy relationships between consumers and business actors. Also for consumers to increase consumer resources and have a strong awareness of their rights. Supervision of business actors is to ensure the implementation of the rights and obligations of the parties. Apart from the Government, the Consumer Agency also makes efforts to protect consumers, namely collaborating with the community and government in terms of supervision aspects including loading information about the risks of using goods if required, placing labels, advertising, etc. as required under the provisions of statutory regulations. and habits in business practices and also conducting research, testing and/or surveys on goods and/or services that are suspected of not meeting the elements of consumer safety, health, comfort and safety.

Keywords: *Consumer Protection, Responsibility of Business Actors, Goods Not Compatible with Composition.*

A. PENDAHULUAN

Dunia industri di Indonesia telah berkembang dengan pesat, hal ini menyebabkan kondisi persaingan dunia bisnis dewasa ini semakin hari bertambah ketat. Setiap perusahaan dituntut berupaya menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan dalam menghadapi semakin banyak munculnya persaing yang bergerak dalam industri yang sama.

Semakin banyaknya industri yang bermunculan sebagai akibat dari adanya tingkat kebutuhan manusia yang semakin meningkat dan bervariatif, maka bidang pemasaran sangat berpengaruh dan merupakan satu elemen penting untuk menghadapi persaingan.

Organisasi baik yang bersifat laba (for profit) maupun nirlaba (non for profit) dihadapkan pada kegiatan yang sama dalam hal pemasaran. Dalam organisasi atau perusahaan yang bersifat for profit kegiatan perusahaan mencakup suatu proses dari pencarian informasi kebutuhan konsumen sampai pada jalinan hubungan pertukaran barang atau jasa yang pada akhirnya diharapkan pencapaian kepuasan baik di pihak konsumen maupun dipihak produsen[1].

Suatu kualitas produk atau jasa yang baik dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen tentu saja akan memberikan kesadaran dan kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut. Kepercayaan merk terbangun karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, ketika seseorang telah mempercayai suatu produk, maka mereka yakin bahwa harapan akan terpenuhi dan dengan adanya kepercayaan merek ini tentu saja konsumen lebih bisa memilih produk yang sudah mereka percaya dibandingkan dengan produk yang belum mereka percayai.

Di era globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi, baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri[2].

[1] Mahsun, Mohamad, *Pengukuran Kinerja Sektor Publik*, BPFE, Yogyakarta, 2012, hlm. 45.

[2] Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen,* Ghalia Indonesia, Jakarta, 2006, hlm. 1.

Jika tidak berhati-hati dalam memilih produk barang yang diinginkan, konsumen hanya akan menjadi objek eksploitasi dari pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Tanpa disadari, konsumen menerima begitu saja barang/jasa yang dikonsumsinya[3].

Realitas tersebut menjadi tantangan positif dan sekaligus negatif. Dikatakan positif karena kondisi tersebut bisa memberikan manfaat bagi konsumen untuk memilih secara bebas barang/jasa yang diinginkannya. Konsumen memiliki kebebasan menentukan jenis dan kualitas barang/jasa sesuai dengan kebutuhannya. Dikatakan negatif karena kondisi tersebut menyebabkan posisi konsumen menjadi lemah daripada pelaku usaha[4].

Dalam hal ini, apabila konsumen menerima barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan, maka pelaku usaha telah melakukan wanprestasi. Di samping wanprestasi, kerugian dapat pula terjadi diluar hubungan perjanjian, yaitu jika terjadi perbuatan melanggar hukum yang dapat berupa tidak sesuai komposisi pada barang yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen, baik itu karena rusaknya atau musnahnya barang itu sendiri, maupun kerusakan atau musnahnya barang akibat tidak sesuai komposisi pada barang itu sendiri[5].

Dalam menghadapi berbagai hal di atas, maka sangatlah penting perlindungan terhadap konsumen. Perlindungan konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha.

Upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen[6].

Menimbang berbagai hal di atas, maka pada tanggal 20 April 1999, Pemerintah Republik Indonesia telah mengeluarkan suatu kebijakan baru mengenai perlindungan konsumen dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang

[3] Happy Susanto, *Hak – Hak Konsumen Jika Dirugikan,* Transmedia Pustaka, Jakarta, 2008, hlm. 2.
[4] *Ibid.*
[5] Ahmadi Miru*, Prinsip-Prinsip Bagi Perlindungan Hukum Konsumen di Indonesia*, Raja Grafindo, Jakarta, 2011, hlm. 2.
[6] Celina Tri Siwi Kristyanti*, Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hlm. 5.

Perlindungan Konsumen yang dimuat dalam lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821 (selanjutnya disebut UU No. 8 Tahun 1999). UU No. 8 Tahun 1999 ini berlaku efektif pada tanggal 20 April 2000, hal ini menjadi kekuatan hukum bagi konsumen dan juga pelaku usaha.

Namun dalam perkembangannya, pemberlakuan UU No. 8 Tahun 1999 ini tidak sepenuhnya maksimal terkhusus dalam hal melindungi hak - hak konsumen. Konsumen dalam banyak hal tetap di posisi lemah. Disatu sisi, keberpihakan pemerintah kepada pengusaha lebih mengedepankan pada upaya pemulihan dan penyehatan ekonomi Indonesia yang sedang tidak sehat, disisi lain, pelaku usaha nampaknya tidak peduli dengan konsumen, meskipun lebih dari satu juta konsumen mengalami kerugian sebagai akibat dari adanya barang tidak sesuai komposisi, yang mengakibatkan kerugian materil, cacat tubuh, bahkan kematian[7].

Menurut hasil penelitian Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN), ada beberapa faktor yang menyebabkan posisi konsumen lemah yaitu[8]:

1. Masih rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan hak-hak nya.
2. Belum terkondisikannya “masyarakat konsumen” karena memang sebagian masyarakat ada yang belum mengetahui tentang apa saja hak-haknya dan kemana hak-haknya dapat disalurkan jika mendapatkan kesulitan atau kekurangan dari standar barang atau jasa yang sewajarnya.
3. Belum terkondisikannya masyarakat konsumen menjadi masyarakat yang mempunyai kemauan untuk menuntut hak-haknya.
4. Proses peradilan yang ruwet dan memakan waktu yang berkepanjangan Ketidakpahaman atau bahkan ketidaktahuan konsumen terhadap hak-haknya atas produk yang diperoleh, kalau dibiarkan terus-menerus terjadi di masyarakat khususnya konsumen, maka akan berdampak meniadakan hak konsumen yang sudah ditetapkan dalam perundang-undangan.

[7] Adrian Sutedi, *Op.Cit.*, hlm. 6.
[8] Happy Susanto, *Op.Cit*., hlm. 29.

Dalam UU No. 8 Tahun 1999 Pasal 8 ayat (1) huruf e disebutkan : "bahwa pelaku usaha dilarang menjual barang-barangnya yang tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut".

Selain itu, dalam Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 mengatur hak-hak konsumen yang menyatakan:

a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.

Berdasarkan isi pasal di atas yang menjadi sorotan penulis adalah apa yang terdapat dalam Pasal 8 ayat (1e) yaitu mengenai produk (barang) yang dilarang yaitu barang yang tidak sesuai komposisi, dimana di sisi lain pihak konsumen mempunyai hak- hak yang harus dilindungi seperti diatur dalam Pasal 4 di atas khususnya Pasal 4 huruf a, b, dan e.

Jika pelaku usaha melanggar Pasal 8 ayat (2) UU Perlindungan Konsumen, berdasarkan Pasal 62 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen, pelaku usaha dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2 miliar.

Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar dan jelas tentang produk yang mereka beli. Hak ini dilindungi oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 (UU Perlindungan Konsumen). Salah satu informasi penting yang harus dicantumkan pada label produk adalah komposisi produk.

Komposisi produk adalah informasi mengenai bahan-bahan yang digunakan untuk membuat produk tersebut. Informasi ini penting bagi konsumen untuk mengetahui apakah produk tersebut aman dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

B. LANDASAN TEORI

Berbicara mengenai perlindungan konsumen tentunya tidak terlepas dari peraturan-peraturan yang berlaku dalam hukum positif. Perlindungan hukum terhadap konsumen adalah sebuah penegakan hukum yang membutuhkan peraturan-peraturan berupa ancaman kepada si pelanggar.

Hal ini tercermin dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang merupakan suatu perundangan di Indonesia dengan kepentingan pemberian perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen menyangkut banyak aspek dan salah satunya adalah aspek hukum.

Perlindungan konsumen bisa dikatakan mengambang dan masih mengabaikan kepentingan konsumen. Isu perlindungan hukum hanya terdengar sepintas, sementara telah banyak terjadi pelanggaran hak-hak konsumen. Hal ini dapat terlihat dengan belum berlaku efektifnya UUPK sejak disahkan dan diundangkan pada tanggal 20 April 1999 hingga setahun berikutnya[9].

Dalam hal perlindungan hukum kepada konsumen ini dikatakan oleh Munir Fuady bahwa[10]:

> Apabila suatu hukum telah ditegakkan terhadap seseorang, berarti suatu langkah untuk merealisasi kebahagiaan masyarakat luas telah diambil, sekaligus pula terwujudnya suatu langkah kesengsaraan (penggerogotan kebahagiaan) terhadap pihak melanggar ketentuan hukum.

[9] Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia,* PT.Grasindo, Jakarta, 2004, hlm. 52.

[10] Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya,* Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 22

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri[11].

Munculnya istilah perlindungan konsumen ini adalah disebabkan adanya aktivitas-aktivitas perekonomian. Kesenjangan ekonomi merugikan berbagai pihak yang terlibat dalam aktivitas ekonomi. Konsumen merupakan pelaku ekonomi yang paling sering dirugikan.

Secara harfiah, konsumen diartikan sebagai seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa atau seseorang yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu, juga seseorang atau sesuatu yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang.[12]

Pakar masalah konsumen di Belanda, Hondius menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa *(uitendelijke gebruiker van goederen en diensten)*. Dengan rumusan itu Hondius ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai terakhir (konsumen antara) dan konsumen pemakai terakhir[13].

Dalam penjelasan Pasal 2 UUPK disebutkan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 asas yang relevan dalam pembangunan nasional diantaranya:

a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
b. 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.
c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.

[11] Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 45.

[12] John Sinclair (ed), *Collins Cobuild English Language Dictionary,* Glasgow: William Collins Suns &Co, 1998, hlm. 303.

[13] Shidarta, *Op.Cit.,* hlm.3.

d. 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.
e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen serta Negara menjamin kepastian hukum.

Achmad Ali menyatakan bahwa hukum dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas, yaitu[14]:

a. Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan.
b. Asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan.
c. Asas kepastian hukum.

Sebelum menguraikan kekuatan mengikat dari putusan BPSK, terlebih dahulu akan diuraikan pengertian asas kekuatan mengikat dalam sebuah perjanjian yang terdapat dalam KUHPerdata. Kekuatan mengikat diartikan bahwa para pihak diharuskan memenuhi apa yang mereka sepakati.

Asas kekuatan mengikat atau asas Pacta sun servanda ini dapat diketahui di dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata yang menyatakan bahwa semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya[15].

Maksud dari asas ini tidak lain untuk mendapatkan kepastian hukum bagi para pihak, maka sejak dipenuhinya syarat sahnya perjanjian sejak saat itu perjanjian mengikat para pihak seperti undang-undang.

Di dalam perjanjiaan terkandung suatu asas kekuatan mengikat. Terikatnya para pihak pada perjanjian itu tidak semata-mata terbatas pada apa yang diperjanjikan akan tetapi juga terhadap beberapa unsur lain sepanjang dikehendaki oleh kebiasaan dan kepatutan serta moral.

Demikianlah sehingga asas-asas moral, kepatutan dan kebiasaan yang mengikat para pihak. Pemahaman asas berkontrak ini bukan dalam pengertian kebebasan yang

[14] Achmad Ali, *Menguak Tabir Hukum,* Chandra Pratama, Jakarta, 1996, hlm. 95.
[15] Madjedi Hasan, *Kontrak Sebagai Sumber Perikatan*, dalam Jurnal Teknologi Minyak & Gas Bumi, Edisi 1,http://www.iatmi.or.id/beta/_stock/attachments/JTMGB/JTMGB_1, 2009, hlm. 39

mutlak, karena dalam kebebasan tersebut terdapat berbagai pembatasan, antara lain oleh undang-undang, ketertiban umum dan kesusilaan. Pembatasan kebebasan berkontrak ditemukan di dalam UUPK pembatasan ini dinyatakan dalam pasal yang mengatur persyaratan dalam kontrak kerja sama.

Berdasarkan penjelasan di dalam Pasal 47 UUPK disebutkan bahwa kesepakatan yang terdapat dalam penyelesaian sengketa konsumen di BPSK diselenggarakan semata-mata untuk mencapai bentuk dan besarnya ganti kerugian dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Keadaan konsumen yang berada pada posisi lemah ini dimaknai sebagai bagian dari ketidakmampuan konsumen dalam memahami hak dan kewajiban yang dimilikinya, pandangan ini lahir dikarenakan tidak setiap konsumen memiliki pengetahuan dan pemahaman yang sama mengenai hak dan kewajiban yang berada dalam terma hukum perlindungan konsumen.

Kurangnya pengetahuan dan pemahaman inilah yang menyebabkan konsumen menjadi objek bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha. Salah satu bagian perlindungan terhadap konsumen dari perilaku pelaku usaha yang menjadikannya hanya sebagai objek bisnis, sehingga dapat mendatangkan kerugian bagi konsumen adalah melalui ganti rugi terhadap dari produk tidak sesuai komposisi yang dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen.

Barang yang tidak sesuai dengan komposisi adalah barang yang komposisinya tidak sesuai dengan apa yang tertera pada label. Hal ini dapat terjadi karena beberapa faktor, antara lain: Kesalahan pada saat proses produksi, Kesalahan pada saat pengemasan, dan Pencantuman informasi yang tidak benar pada label. Baik karena kesengajaan atau kealpaan dalam maupun disebabkan hal-hal lain yang terjadi dalam peredarannya, atau tidak menyediakan syarat-syarat keamanan bagi manusia atau harta benda mereka dalam penggunaannya, sebagaimana diharapkan konsumen[16].

Kerugian yang diderita oleh konsumen akibat mengonsumsi atau menggunakan produk tersebut, memberikan konsekuensi berupa tanggungjawab yang dibebankan

[16] A. Z. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Yogyakarta, 2001, hlm. 248.

kepada pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi, sebagaimana dinyatakan pada pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), tanggung jawab pelaku usaha, meliputi[17]:

1. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
2. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran;
3. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

Pasal 19 ayat (2) UUPK lebih lanjut mengatur bentuk ganti rugi yang dapat diperoleh konsumen akibat mempergunakan atau mengonsumsi produk tidak sesuai komposisi yaitu:

> Ganti rugi sebagaimana dimaksud ayat (1) dapat berupa pengembalian barang/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang- undangan yang berlaku."

Pemberian ganti rugi berkaca dari tiga hal, yaitu: cidera pribadi (termasuk di dalamnya kematian atau gangguan mental), kerusakan barang pribadi (*property*) dan pada beberapa keadaan kehilangan keuntungan ekonomi. Tujuan utamanya adalah memberikan hukuman berupa kewajiban membayar kompensasi kepada konsumen akibat tindakan yang dilakukan oleh produsen[18].

Ganti rugi dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak (tidak seimbang akibat adanya penggunaan barang atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen). Hak ini sangat terkait dengan produk yang telah merugikan konsumen baik berupa kerugian materi, maupun kerugian yang menyangkut diri (sakit, cacat, bahkan kematian)[19].

Pemulihan keadaan yang telah menjadi rusak ini didasarkan kepada ajaran/teori faktor kelayakan yang disebut dengan ajaran atau teori dipertanggung jawabkan secara

[17] Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2005, hlm. 127.

[18] David Oughton and John Lowry, *Question & Answers Law of Torts*, Blackstone Press Limited, London, 1999, hlm. 223.

[19] Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, *op.cit.* hlm. 126.

layak (*toerrekening naar redelijkheid*), faktor-faktor penting yang mempengaruhi teori tersebut adalah[20]:

1. Sifat dari kejadian yang menjadi dasar pertanggung gugat;
2. Sifat kerugian;
3. Besar kecilnya kerugian yang akan diperkirakan akan terjadi; dan
4. Beban seimbang yang dapat dilakukan bagi pihak tergugat dari kewajibannya untuk membayar ganti rugi, serta memperhatikan keadaan keuangan pihak yang dirugikan. .

Code Civil Perancis merinci ganti rugi dalam 2 (dua) unsur yaitu *dommages* dan *interest*. *Dommages* meliputi apa yang dinamakan biaya dan rugi, sedangkan *interest* sama dengan bunga dalam arti keuntungan yang diharapkan atau yang sudah diperhitungkan[21].

Achmad Ali menyatakan bahwa hukum juga seyogianya memiliki kemampuan untuk menjadi pencerminan perubahan moralitas sosial, sehingga ketiga tujuan hukum tersebut yaitu keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum, dapat diwujudkan secara seimbang[22].

Mengingat kedudukan konsumen yang tidak seimbang dengan pelaku usaha, maka pemerintah menganggap perlu diadakannya suatu penyederhanaan *(lex specialis)* terhadap prinsip-prinsip beracara yang berkaitan dengan penyelesaian sengketa konsumen.

Untuk mengatasi keberlikuan proses berperkara di pengadilan, Pasal 45 ayat (2) UUPK membuka peluang bagi para pihak yang bersengketa untuk mengupayakan penyelesaian sengketa secara damai.

Penjelasan Pasal 45 ayat (2) memberikan pengertian penyelesaian secara damai adalah penyelesaian yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersengketa tanpa melalui Pengadilan Negeri atau BPSK dan tidak bertentangan dengan undang-undang ini.

BPSK adalah badan yang dibentuk khusus untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen antara pelaku usaha dan konsumen yang menuntut ganti rugi atas

[20] *Ibid,* hlm. 136
[21] Riduan Syahrani, *Seluk-Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*, Alumni, Bandung, 2004, hlm. 223
[22] Achmad Ali I, *Op.Cit*., hlm. 81.

kerusakan, pencemaran atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang dan/atau memanfaatkan jasa (Pasal 1 Nomor 8 Kepmen No.350/2001).

Melihat pada Kepmen tersebut, maka BPSK didirikan untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen dengan cara Konsiliasi, Mediasi, dan Arbitrase.

Selanjutnya, guna menghindari kesalahpahaman dalam penelitian ini, berikut ini diuraikan ketentuan umum sesuai dengan Pasal 1 UUPK sebagai berikut[23] :

1. Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
2. 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.
3. Pelaku Usaha adalah setiap orang atau badan usaha 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 kegiatan ekonomi.
4. Barang adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen.
5. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
6. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah lembaga non-Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.
7. Klausula Baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.

[23] Pasal 1 UUPK

8. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.
9. Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.

Selain konsumen, pihak lain yang berkaitan dengan hukum perlindungan konsumen adalah pelaku usaha dan pemerintah. Istilah pelaku usaha umumnya lebih dikenal dengan sebutan pengusaha. Pengusaha adalah setiap orang atau badan usaha yang menjalankan usaha memproduksi, menawarkan, menyampaikan atau mendistribusikan suatu produk kepada masyarakat luas selaku konsumen. Pengusaha memiliki arti yang luas, tidak semata-mata membicarakan pelaku usaha, tetapi juga pedagang perantara atau pengusaha[24].

Pemerintah memiliki peranan yang penting dalam upaya melindungi konsumen. Dalam hal ini, peranan pemerintah dapat berupa pembentukan peraturan perundang-undangan yang terkait dengan usaha untuk melindungi kepentingan konsumen dan juga melaksanakan fungsi pembinaan dan pengawasan.

Dengan adanya undang-undang perlindungan konsumen, maka akan memberikan jaminan adanya kepastian hukum terhadap segala kepentingan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhannya. Dalam praktek perdagangan yang merugikan konsumen yang marak belakangan ini dituntut konsistensi pemerintah yang berpihak kepada masyarakat yang kebanyakan beperan sebagai konsumen

C. METODE PENELITIAN

Penelitian dalam artikel ini bersifat deskriptif analisis, yaitu bersifat pemaparan dan bertujuan untuk memperoleh gambaran (deskripsi) secara lengkap tentang keadaan hukum yang berlaku di tempat tertentu dan pada waktu tertentu atau mengenai gejala yuridis yang ada atau peristiwa hukum tertentu yang terjadi di dalam masyarakat[25]. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif, yaitu

[24] Mariam Darus, *Perlindungan Konsumen dilihat dari Perjanjian Baku (Standar), Kertas Kerja pada Simposium Aspek-Aspek Masalah Perlindungan Konsumen,* Jakarta, 1980, hlm. 57.

[25] Abdul Kadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004. hlm. 50.

penelitian kepustakaan, yaitu penelitian terhadap data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tertier[26].

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan cara penelitian studi kepustakaan umum, menelaah dalam peraturan perundang-undangan, jurnal, buku teks maupun artikel-artikel dan studi lapangan melalui internet dengan membuka situs atau *website* yang tersedia di internet. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data secara kualitatif yaitu melakukan analisis terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku sebagai hukum positif.

Metode analisis kualitatif ini dipilih untuk dapat dilakukan penafsiran dengan metode interpretasi data yang dikenal dalam ilmu hukum, sehingga dapat menjawab segala permasalahan hukum yang diajukan dalam artikel ini. Kemudian dilakukan pembahasan secara logis, sistematis tanpa menggunakan rumus statistika.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha atas barang yang tidak sesuai dengan komposisi yang tertera pada label. Pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen yang dirugikan akibat barang yang tidak sesuai dengan komposisi.

Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen, dapat dijatuhkan hukuman tambahan, berupa :

1) perampasan barang tertentu;
2) pengumuman keputusan hakim;
3) pembayaran ganti rugi;
4) perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
5) kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
6) pencabutan izin usaha.

[26] Roni Hanitijosoemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Cetakan Keempat, Jakarta, 1990, hlm. 11.

Dan sesuai yang diatur dalam KUH Perdata, dalam Pasal 1504 KUH Perdata dikatakan bahwa penjual harus menanggung barang itu terhadap tidak sesuai komposisi, yang sedemikian rupa sehingga barang itu tidak dapat digunakan untuk tujuan yang dimaksud, atau yang demikian mengurangi pemakaian, sehingga seandainya pembeli mengetahui tidak sesuai komposisi itu, ia sama sekali tidak akan membelinya atau tidak akan membelinya selain dengan harga yang kurang.

Walaupun pelaku usaha sendiri tidak mengetahui adanya tidak sesuai komposisi tersebut, pelaku usaha tetap harus menjamin barang terhadap tidak sesuai komposisi, kecuali telah diperjanjikan bahwa ia tidak menanggung apapun (Pasal 1506 KUH Perdata). Akan tetapi pelaku usaha tidak wajib menjamin barang terhadap tidak sesuai komposisi yang kelihatan dan dapat diketahui sendiri oleh pembeli/ konsumen. (Pasal 1505 KUH Perdata).

Dalam hal terdapat tidak sesuai komposisi pada barang, baik yang diketahui oleh si penjual sendiri, maupun yang tidak diketahui oleh si penjual, berdasarkan Pasal 1507 KUH Perdata, konsumen dapat memilih akan mengembalikan barangnya sambil menuntut kembali uang harga pembelian atau akan tetap memiliki barang itu sambil menuntut kembali sebagian dari uang harga pembelian, sebagaimana ditentukan oleh Hakim setelah mendengar ahli tentang itu.

Jika pelaku usaha telah mengetahui tidak sesuai komposisi barang itu, maka selain wajib mengembalikan uang harga pembelian yang telah diterimanya, ia juga wajib mengganti segala biaya, kerugian dan bunga (Pasal 1508 KUH Perdata).

Sedangkan, jika pelaku usaha tidak mengetahui adanya tidak sesuai komposisi barang, maka ia hanya wajib mengembalikan uang harga barang pembelian dan mengganti biaya untuk menyelenggarakan pembelian dan penyerahan, sekedar itu dibayar oleh konsumen (Pasal 1509 KUH Perdata).

Jika kita cermati dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, sebenarnya ada dua golongan konsumen dilihat dari keterikatannya dengan pelaku usaha yaitu konsumen yang mempunyai hubungan kontraktual dengan pelaku usaha dan konsumen yang tidak mempunyai hubungan kontraktual dengan pelaku usaha.

Hubungan hukum mungkin telah ada terlebih dahulu antara pelaku usaha dan konsumen, yang berupa sebuah hubungan kontraktual (perjanjian), tetapi mungkin juga

tidak pernah ada hubungan hukum sebelumnya dan keterikatan secara hukum justru lahir setelah adanya peristiwa yang merugikan konsumen[27].

Dalam hukum, setiap tuntutan pertanggungjawaban harus mempunyai dasar, yaitu hal yang menyebabkan seseorang harus (wajib) bertanggung jawab. Dasar pertanggungjawaban itu menurut hukum perdata adalah kesalahan dan risiko yang ada dalam setiap peristiwa hukum. Oleh karena itu, berdasarkan jenis hubungan hukum atau peristiwa hukum yang ada, maka dapat dibedakan[28]:

1) Pertanggungjawaban atas dasar kesalahan, yang dapat lahir karena terjadinya wanprestasi, timbulnya perbuatan melawan hukum, tindakan yang kurang hati- hati.
2) Pertanggungjawaban atas dasar risiko, yaitu tanggung jawab yang harus dipikul sebagai risiko yang harus diambil oleh seorang pelaku usaha atas kegiatan usahanya.

Di Amerika Serikat, sebagaimana dikemukakan oleh Stern dan Eovaldi, bahwa persoalan tanggung jawab sehubungan dengan akibat dari produk yang tidak sesuai komposisi dapat dimasukkan ke dalam dua kategori hukum yang berbeda, yaitu ke dalam persoalan wanprestasi dan/atau ke dalam perbuatan melawan hukum, masing–masing dengan pengkhususannya[29].

Menurut penulis, sama seperti pendapat Stern dan Eovaldi, bahwa pertanggungjawaban sehubungan dengan barang yang tidak sesuai komposisi bisa didasarkan atas wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha, dan bisa juga atas perbuatan melawan hukum yang menyebabkan kerugian konsumen, maka dalam hal ini hak dari konsumen untuk mendapatkan kerugian semakin besar dan pasti, dan tidak ada alasan bagi pelaku usaha untuk menolak pemberian ganti kerugian tersebut.

Hal ini menjadi keuntungan bagi konsumen sekaligus menjadi beban bagi pelaku usaha untuk lebih berhati-hati dalam memproduksi barang bahkan sampai mendistribusikannnya kepada masyarakat.

27

28

29 Stern, Louis W. And Thomas L. Eovaldi*, Legal Aspects of marketing Strategy, Antirust and Concumer Protection Issues*, (USA : New Jersey :1984), hlm. 92. Dalam Janus Sidabalok, *Ibid.*

Berikut akan dibahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam hubungannya dengan konsumen :

1) Tanggung jawab karena wanprestasi dalam hubungan kontraktual (dalam jual beli) Sebagaimana dalam setiap perjanjian, ada sejumlah janji yang harus dipenuhi oleh para pihak, dan apabila janji itu tidak dipenuhi oleh pihak, maka terjadi wanprestasi yang menimbulkan hak bagi pihak lawan untuk menuntut penggantian kerugian. Dalam jual beli, seorang pelaku usaha (dalam hal ini penjual) mempunyai kewajiban untuk[30]:
   (a) Menyerahkan kebendaan yang dijualnya kepada pembeli (konsumen);
   (b) Bertanggung jawab atas tidak sesuai komposisi pada barang yang dijualnya termasuk segala kerugian yang diderita oleh konsumen sehubungan denagan tercapainya perjanjian jual beli.
   (c) Memenuhi segala apa yang menjadi kewajibannya sesuai dengan perjanjian, seperti janji-janji, jaminan-jaminan.

2) Mengenai kerugian dalam konteks hukum perjanjian, menurut Pasal 1244, Pasal 1245, dan Pasal 1246 KUH Perdata dirinci dalam tiga unsur yaitu[31]:
   (a) Biaya;
   (b) Rugi;
   (c) Bunga.

Menurut Subekti, masing masing arti dari unsur di atas yaitu, biaya adalah segala pengeluaran atau perongkosan yang nyata-nyata sudah dikeluarkan oleh salah satu pihak, rugi adalah kerugian keran kerusakan barang-barang kepunyaan kreditur yang diakibatkan oleh wanprestasi debitur.

1) Bunga adalah keuntungan yang diharapkan akan diperoleh kreditur kemudian hari seandainya debitur melaksanakan kewajibannya dengan baik[32].
2) Tanggung Jawab Atas Dasar Perbuatan Melawan Hukum (*Tort Law)*

[30] Janus Sidabalok., *Op.Cit.,* hlm. 102
[31] *Ibid.*
[32] Subekti , *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 1987, hlm. 47.

Seperti yang sudah dijelaskan di atas, bahwa Pasal 1365 KUH Perdata mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian, mengganti kerugian tersebut.

Kemudian Pasal 1367 KUH Perdata juga mengatur mengenai pertanggungjawaban untuk kerugian yang disebabkan oleh seseorang, maka ia tidak hanya bertanggung jawab atas perbuatannya itu tetapi juga atas kerugian yang disebabkan perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau disebabkan oleh barang-barang yang berada di bawah pengawasannya.

Dengan memakai saluran perbuatan melawan hukum, cenderung kurang berhasil karena sulit diharapkan konsumen mengetahui masalah–masalah desain, produksi, dan hal–hal lain yang berkaitan dengan proses produksi.

Demikian juga mengenai petunjuk penggunaan dan larangan yang dibuat dalam label pembungkus barang tidak selalu memuaskan dan memenuhi syarat sehingga sulit dibaca dan dimengerti oleh konsumen[33].

Menurut penulis, hal ini menjadi kelemahan bagi konsumen, karena kebanyakan konsumen memiliki pemahaman yang lebih rendah daripada pelaku usaha dalam hal proses produksi. Jadi untuk membuktikan ada tidaknya perbuatan melawan hukum, akan menjadi beban bagi konsumen.

Seperti yang sudah diijelaskan di atas, bahwa harus bisa dibuktikan unsur kesalahan pelaku usaha. Kesalahan yang dimaksud adalah baik berupa kesengajaan ataupun kekuranghati-hatian (kelalaian). Sementara pemahaman konsumen yang masih kurang dalam memahami akan sulit juga membuktikan ada tidaknya unsur tersebut.

Disinilah tampak bahwa kedudukan pelaku usaha masih lebih kuat dibanding konsumen karena pelaku usahalah yang mengetahui dan memahami seluk beluk proses produksi dan mengetahui di mana kesalahan itu mungkin terjadi[34].

Sesuai dengan prinsip pembangunan yang kita ketahui, bahwa pembangunan dilaksanakan bersama oleh pemerintah dan masyarakat, dan masing-masing pihak mempunyai tanggung jawab untuk mencapai pembangunan tersebut.

Begitu juga dalam hal melindungi konsumen dari peredaran barang-barang, maka Pemerintah, Lembaga Kosumen dan juga masyarakat harus bekerja sama supaya setiap

[33] Janus Sidabalok, *Op.Cit.,* hlm. 110.
[34] Janus Sidabalok, *Op.Cit*., hlm. 111.

barang yang beredar luas di pasaran adalah barang yang sesuai dengan ketentuan standar nasional.

Untuk memenuhi tujuan dari UU No. 8 Tahun 1999, maka pemerintah melakukan pembinaan dan pengawasan dan diharapkan mampu menjamin hak-hak konsumen dan kewajiban-kewajiban pelaku usaha dapat dipastikan. Pembinaan dan Pengawasan meliputi diri pelaku usaha, sarana dan prasarana produksi, iklim usaha secara keseluruhan, serta konsumen[35].

Pembinaan mengandung makna pendampingan, bimbingan, dan bantuan bagi pelaku usha dan konsumen sehingga ia dapat bertahan dan senatiasa tumbuh berkembang ke arah yang lebih baik melalui pencapaian yang baik. Dalam kondisi itulah pelaku usaha dapat memenuhi kewajibannya.

Dalam Pasal 29 ayat (4) UU No. 8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa pembinaan penyelenggaraan konsumen dimaksudkan untuk :

(a) Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
(b) Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
(c) Meningkatnya kualitas sumberdaya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.

Dan sehubungan dengan penyelenggaraan perlindungan konsumen, maka menteri-menteri terkait yang bertugas untuk menyelenggarakan pembinaan adalah[36]:

(a) Menteri Perindustrian dan Perdagangan;
(b) Menteri Kesehatan
(c) Menteri Lingkungan Hidup
(d) Menteri-menteri lain yang mengurusi kesejahteraan rakyat.

Pembinaan terhadap pelaku usaha mengandung makna mendorong pelaku usaha supaya bertindak sesuai dengan aturan yang berlaku, baik aturan yang diharuskan

[35] Janus Sidabalok, *Op.Cit.,* hlm. 177.
[36] Janus Sidabalok., *Op.Cit*., hlm. 178

undang- undang, kebiasaaan, maupun kepatutan. Dengan demikian, pelaku usaha akan bertindak sepantasnya dalam meprosuksi dan mengedarkan produknya[37].

Pembinaan kepada konsumen diarahkan untuk meningkatkan sumber daya konsumen sehingga mempunyai kesadaran yang kuat atas hak-haknya, mau berkonsumsi secara sehat dan rasional[38].

Terkait dengan peredaran barang yang mengandung tidak sesuai komposisi, pemerintah melalui menteri-menteri di atas berkoordinasi alam melaksanakan tugas pengawasan sesuai dengan bidangnya masing-masing.

Dan dalam rangka melakukan tugas pembinaan, maka menteri terkait dapat mengeluarkan sejumlah peraturan yang sifatnya teknis sehingga tujuan dari pembinaan itu tercapai dengan baik.

Menurut penulis, dalam hal pengawasan ini dibutuhkan kerja sama yang baik antara pemerintah dan juga pelaku usaha guna meminimalkan adanya hasil produksi atau barang-barang yang tidak sesuai dengan ketentuan standar nasional yang sudah ditetapkan. Karena tidak hanya konsumen yang kurang memahami haknya, ada kemungkinan bahwa pelaku usaha kurang memahami tentang pentingnya mengikuti standar yang telah ditetapkan oleh pemerintah, khususnya pelaku usaha yang bergerak dalam kegiatan usaha yang masih kecil-kecilan.

Bentuk pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah menjadi sangat jelas dengan yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut PP No. 58 Tahun 2001). Bentuk pengawasan tersebut diatur dalam Pasal 8 yaitu[39]:

a) Pengawasan oleh pemerintah dilakukan terhadap pelaku usaha dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan/atau jasa, pencantuman label dan klausula baku, serta pelayanan purna jual barang dan/atau jasa.
b) Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dalam proses produksi, penawaran, promosi, pengiklanan, dan penjualan barang dan/atau jasa.

[37] *Ibid.,* hlm. 176.
[38] *Ibid*., hlm. 177.
[39] Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Perlindungan Konsumen Pasal 8

c) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dapat disebarluaskan kepada masyarakat.

d) Ketentuan mengenai tata cara pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) ditetapkan oleh menteri dan/atau menteri teknis terkait bersama-sama atau sendiri-sendiri sesuai dengan bidang tugasnya masing-masing.

Menurut penulis, dalam hal pengawasan, pemerintah harus mengedepankan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang yang diedarkan pelaku usaha. Dalam hal ini diperlukan kejujuran dari aparat pemerintah sendiri dan perlu dihindari keberpihakan dari pemerintah supaya setiap pelaku usaha yang melanggar aturan produksi dikenakan sanksi yang tegas. Selain Pemerintah, maka masyarakat juga mempunyai tugas dalam hal melakukan pengawasan. Menurut Pasal 9 PP Nomor 58 Tahun 2001, ditentukan bahwa[40]:

(a) Pengawasan oleh masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.

(b) Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dengan cara penelitian, pengujian dan atau survei.

(c) jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.

(d) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2), dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada menteri dan menteri teknis. Penjelasan umum Peraturan Pemerintah tersebut diatas menentukan bahwa pengawasan perlindungan konsumen dilakukan bersama oleh pemerintah, masyarakat dan LPKSM, mengingat banyak ragam dan jenis barang dan/atau jasa yang beredar di pasar serta luasnya wilayah Indonesia[41].

Di dalam UU No. 8 Tahun 1999 diatur tentang LPKSM, Pasal 44 yang mengatakan:

[40] Pasal 9, Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Perlindungan Konsumen

[41] *Ibid.*

1) Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat.
2) Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.
3) Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan: menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehatihatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
    a) memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
    b) bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
    c) membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
    d) melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen. d. Ketentuan lebih lanjut mengenai tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Ketentuan lebih lanjut tentang LPKSM diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Swadaya Masyarakat (selanjutnya disebut PP No. 59 Tahun 2001). Pada Pasal 3 PP No. 59 Tahun 2001 mengatur tentang tugas LPKSM yaitu berkenaan dengan penyebaran informasi, pemberian nasihat, dan pemberian bantuan kepada konsumen.

Sehubungan dengan pemberian informasi, hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan kesadaran konsumen atas hak dan kewajibannya serta supaya konsumen bersikap hati-hati dalam mengonsumsi barang. Untuk mencegah timbulnya kerugian konsumen terkait penggunaan barang yang mengandung tidak sesuai komposisi, maka LPKSM dan lembaga konsumen lainnya menjalankan pengawasan, baik sendiri maupun bersama dengan pemerintah dan masyarakat.

Dalam hal ini, lembaga konsumen dapat melakukan pengamatan dan penelitian terhadap barang yang beredar di masyarakat dan kemudian memberi pendapatnya sehubungan dengna aspek perlindungan konsumen. Ketentuan pengawasan yang

diperankan oleh masyarakat, sama dengan ketentuan pengawasan yang diperankan oleh LPKSM. Pengawasan LKPSM ditentukan dalam Pasal 10 PP No. 58 Tahun 2001 yaitu[42]:

a) Pengawasan oleh LPKSM dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
b) Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dengan cara penelitian, pengujian dan atau survei.
c) Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.
d) Penelitian, pengujian dan/atau survei sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang diduga tidak memenuhi unsur keamanan, kesehatan, kenyamanan dan keselamatan konsumen.
e) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.

Terkait pengujian terhadap barang dan/atau jasa yang beredar sebagaimana diatur dalam Pasal 10 tersebut, dilaksanakan melalui laboratorium penguji yang telah diakreditasi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Penunjukkan pengujian hanya kepada laboratorium yang telah diakreditasi tersebut, dimaksudkan untuk mendapatkan hasil uji yang objektif dan transparan serta dapat dipertanggung-jawabkan. Akreditasi yang dimaksudkan ini dapat dilakukan baik melalui lembaga akreditasi nasional maupun internasional[43].

Menurut penulis, dengan adanya Lembaga Konsumen yang turut serta mengawasi peredaran barang dalam masyarakat, akan meminimalkan adanya peredaran barang yang mengandung tidak sesuai komposisi. Dan memang diperlukan kerja sama yang baik dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sehingga baik hak-kewajiban konsumen

[42] Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Perlindungan Konsumen Pasal 10

[43] Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit.*, hlm. 189

dan juga hak kewajiban pelaku usaha dalam hal adanya kerugian karna tidak sesuai komposisi dapat dijamin kepastiannya.

LPKSM posisinya sangat strategis dalam mewujudkan perlindungan konsumen. Selain menyuarakan kepentingan konsumen, lembaga ini juga memiliki hak gugat (*legal standing*) dalam konteks ligitasi kepentingan konsumen di Indonesia. Hak gugat tersebut dapat dilakukan oleh lembaga konsumen (LPKSM) yang telah memenuhi syarat, yaitu bahwa LPKSM yang dimaksud telah berbentuk Badan Hukum atau Yayasan yang dalam anggaran dasarnya memuat tujuan perlindungan konsumen. Gugatan oleh lembaga konsumen hanya dapat diajukan ke Badan Peradilan Umum (Pasal 46 UU No. 8 Tahun 1999)[44].

E. KESIMPULAN

Perlindungan hukum terhadap konsumen diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999 dan juga dalam KUH Perdata. Mengenai barang yang tidak sesuai komposisi, UU No. Tahun 1999 telah menyebutkan dalam Pasal 8 ayat (1) huruf e yaitu melarang pelaku usaha menjual barang-barangnya yang tidak sesuai komposisi. Dan UU No. 8 Tahun 1999 juga telah mengatur tanggung jawab pelaku usaha secara tegas yang dinyatakan dalam Pasal 19. menurut KUH Perdata dalam hal tidak sesuai komposisi pada barang, baik yang diketahui oleh si penjual sendiri, maupun yang tidak diketahui oleh si penjual. Peranan Pemerintah dan Lembaga Perlindungan Konsumen dalam mengawasi peredaran produk yang tidak sesuai komposisi yaitu melakukan pembinaan dan pengawasan dalam berbagai hal seperti sosialisasi terhadap masyarakat mengenai standar barang serta hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Pembinaan terhadap pelaku usaha adalah untuk mendorong pelaku usaha bertindak sesuai dengan aturan yang berlaku baik sesuai peraturan perundang-undangan sehingga tercipta iklim usaha yang sehat dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara konsumen dan pelaku usaha. Juga terhadap konsumen supaya meningkat sumber daya konsumen dan mempunyai kesadaran yang kuat atas hak–haknya. Pengawasan terhadap pelaku usaha adalah untuk memastikan terselenggaranya

[44] "Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Terhadap Hak – Hak Konsumen" http://dhidckhi.blogspot.com/ 2011/06/peran-lembaga-perlindungan-konsumen.html, diakses 27 Maret 2024, pukul 15.25 WIB.

hak dan kewajiban para pihak. Selain oleh Pemerintah, Lembaga Konsumen juga melakukan upaya untuk melindungi konsumen yaitu bekerja sama dengan masyarakat dan pemerintah dalam hal aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang resiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha dan juga melakukan penelitian, pengujian dan/atau survei yang dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang diduga tidak memenuhi unsur keamanan, kesehatan, kenyamanan dan keselamatan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

"Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Terhadap Hak – Hak Konsumen" http://dhidckhi.blogspot.com/2011/06/peran-lembaga-perlindungan-konsumen.html,

A.Z. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Yogyakarta, 2001.

Abdul Kadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004. Achmad Ali, *Menguak Tabir Hukum,* Chandra Pratama, Jakarta, 1996.

Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen,* Ghalia Indonesia, Jakarta, 2006.

Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2005.

Ahmadi Miru*, Prinsip-Prinsip Bagi Perlindungan Hukum Konsumen di Indonesia*, Raja Grafindo, Jakarta, 2011.

Celina Tri Siwi Kristyanti*, Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008. David Oughton and John Lowry, *Question & Answers Law of Torts*, Blackstone Press Limited, London, 1999.

Happy Susanto, *Hak – Hak Konsumen Jika Dirugikan,* Transmedia Pustaka, Jakarta, 2008. Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000.

John Sinclair (ed), *Collins Cobuild English Language Dictionary,* Glasgow: William Collins Suns &Co, 1998.

Madjedi Hasan, *Kontrak Sebagai Sumber Perikatan*, dalam Jurnal Teknologi Minyak & Gas Bumi, Edisi 1, 2009.

Mahsun, Mohamad, *Pengukuran Kinerja Sektor Publik*, BPFE, Yogyakarta, 2012.

Mariam Darus, *Perlindungan Konsumen dilihat dari Perjanjian Baku (Standar), Kertas Kerja pada Simposium Aspek-Aspek Masalah Perlindungan Konsumen,* Jakarta, 1980.

Riduan Syahrani, *Seluk-Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*, Alumni, Bandung, 2004.

Roni Hanitijosoemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Cetakan Keempat, Jakarta, 1990.

Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia,* PT.Grasindo, Jakarta, 2004.

Stern, Louis W. And Thomas L. Eovaldi*, Legal Aspects of marketing Strategy, Antirust and Concumer Protection Issues*, (USA : New Jersey :1984), hlm. 92. Dalam Janus Sidabalok.

Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 1987.

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