

**PENERAPAN PASAL 7 UNDANG-UNDANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG KEWAJIBAN PELAKU USAHA TERHADAP
KONSUMEN MINUMAN KADALUWARSA**

SKRIPSI

*Diajukan guna memenuhi sebagian dari persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana hukum*

Oleh :

DIAN EKA LESTARI

BP. 99.140.169

Program Keahlian :
Hukum Tentang Kegiatan Ekonomi (PK III)



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2004**

No. Reg. 1696. PK III / XII / 2004

**PENERAPAN PASAL 7 UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG KEWAJIBAN PELAKU USAHA TERHADAP KONSUMEN
MINUMAN KADALUWARSA**

(Dian Eka Lestari, FHUA, 99140169, 90 halaman, 2004)

ABSTRAK

Penerapan Pasal 7 undang-undang perlindungan konsumen tentang kewajiban pelaku usaha terhadap konsumen minuman kadaluwarsa bertujuan untuk menghindari hal-hal yang dapat merugikan konsumen yaitu kesehatan dan keselamatan jiwanya. Kewajiban pelaku usaha merupakan implementasi dari hak-hak konsumen yang diatur dalam Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Permasalahan yang penulis angkat adalah mengenai bagaimana pemahaman masyarakat terhadap kadaluwarsa pada minuman, bagaimana tanggung jawab pelaku usaha dan Badan POM terhadap konsumen minuman kadaluwarsa dan bentuk penyelesaian sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen. Untuk mengetahui jawaban dari permasalahan ini dilakukan penelitian yang bersifat yuridis sosiologis dengan metode pengumpulan data sekunder dan primer. Data primer dilakukan di PT. Hero dan Balai Pengawas Obat dan Makanan Padang, dan juga terhadap 50 orang responden, yaitu dengan menggunakan metode wawancara dan penelitian kepustakaan dan kuisioner.

Hanya 14 % orang responden saja, yang lebih memperhatikan kadaluwarsa sewaktu memilih suatu produk minuman, hal ini sesuai dengan Pasal 7 huruf b yaitu mengenai informasi yang benar dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa. Tanggungjawab BPOM adalah melakukan pemeriksaan dan penyidikan rutin pada distributor dan pabrik yang ada di sekitar wilayah *catchment area* Balai POM Padang. Bentuk penyelesaian dari sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen dapat ditempuh dengan tiga jalur, yaitu jalan damai, melalui badan peradilan umum, dan di luar badan peradilan umum.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa belum semua masyarakat mengetahui Undang-undang Nomor 8 tahun 1999, jadi masyarakat belum sepenuhnya mengetahui hak-hak dan kewajibannya baik itu sebagai pelaku usaha maupun sebagai konsumen. Penyelesaian sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen cenderung diselesaikan secara damai.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pernah disinyalir oleh Ketua *International Organization of Consumers Union (IOCU)*, sekarang CI, Erna Witular, bahwa Perlindungan Konsumen di Indonesia masih tertinggal. Ketertinggalan tidak hanya dibandingkan dengan negara maju bahkan bila dibandingkan dengan negara-negara tetangga, seperti Malaysia, Philipina, Thailand, dan Singapura.¹ Dilihat dari sejarahnya, gerakan perlindungan konsumen di Indonesia dipopulerkan 20 tahun yang lalu, yakni dengan berdirinya suatu lembaga swadaya masyarakat (non governmental organization) yang bernama Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Setelah YLKI muncul organisasi yang serupa, antara lain Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K), di Semarang yang berdiri sejak Februari 1988 dan pada tahun 1990 bergabung sebagai anggota *Consumer International (CI)*.

Di luar itu, dewasa ini cukup banyak lembaga swadaya masyarakat serupa yang berorientasi pada kepentingan pelayanan konsumen, seperti Yayasan Lembaga Bina Konsumen Indonesia (YLBKI) di Bandung dan perwakilan YLKI di berbagai propinsi di tanah air. YLKI muncul dari sekelompok kecil anggota masyarakat yang diketuai oleh Lasmidjah Hardi, yang semula mempromosikan hasil produk Indonesia. Ajang promosi yang diberi nama pekan Swakarya ini menimbulkan ide bagi mereka untuk membentuk wadah bagi gerakan perlindungan konsumen Indonesia. Ide ini

¹ Sidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2000, hal. 40

dituangkan dalam anggaran dasar yayasan dihadapan Notaris G.H.S Loemban Tobing S.H dengan akte nomor 26, 11 Mei 1973.

Yayasan ini sejak semula tidak mau berkonfrontasi dengan produsen (pelaku usaha) apalagi dengan pemerintah. Hal ini dibuktikan benar oleh YLKI, yakni dengan menyelenggarakan Pekan Swakarya II dan III, yang benar-benar dimanfaatkan oleh kalangan produsen dalam negeri. Dalam suasana kerjasama ini kemudian lahir motto yang dicetuskan oleh Ny. Kartiono Sujono Prawirabisma bahwa YLKI bertujuan untuk melindungi konsumen, menjaga martabat produsen, dan membantu pemerintah.

YLKI memiliki berbagai cabang di berbagai propinsi dan mempunyai pengaruh yang cukup besar karena didukung media massa. Beberapa harian nasional seperti, Media Indonesia, dan Kompas secara rutin menyediakan kolom khusus membahas keluhan-keluhan konsumen. Demikian juga dalam berbagai pertemuan ilmiah dan pembahasan peraturan-peraturan perundang-undangan, YLKI dianggap sebagai mitra yang presentatif.

Publikasi yang dilakukan oleh YLKI di media massa membawa dampak terhadap konsumen. Dampak tersebut adalah berupa reaksi-reaksi yang diberikan oleh produsen, baik berupa koreksi maupun bantahan. Hal ini menunjukkan dalam memasuki perjalanan dasawarsa ketiga, YLKI mampu berperan besar.

Metode kerja YLKI baru pada penelitian terhadap sejumlah produk barang atau jasa dan mempublikasikan hasilnya kepada masyarakat. Gerakan ini belum mempunyai kekuatan untuk memberlakukan atau mencabut suatu peraturan. YLKI juga tidak dapat sepenuhnya mampu mandiri seperti *Food*

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada akhir tulisan ini, berdasarkan penelitian yang penulis lakukan juga uraian pembahasan dari bab-bab sebelumnya, dapat dikemukakan beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut :

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, terlihat bahwa kurangnya perhatian dari konsumen terhadap daluwarsa pada produk minuman, karena dari 50 orang responden hanya 7 orang responden saja yang lebih mengutamakan daluwarsa dibandingkan responden yang lainnya, konsumen lebih mengutamakan rasa dan gizi dari suatu produk minuman.
2. a. Tanggung jawab dari pelaku usaha terhadap konsumen minuman daluwarsa merupakan afiliasi dari kewajiban pelaku usaha, pelaku usaha belum sepenuhnya menjalankan kewajibannya. Terlihat dari hasil laporan tahunan terdapat 132 sarana produksi yang tidak memenuhi syarat dari 160 sarana produksi yang diperiksa, dan dari 267 sarana distribusi, 87 diantaranya tidak memenuhi syarat.
b. Pelaksanaan dari kewenangan dan fungsi dari Badan POM belum optimal. Berdasarkan laporan tahunan 2002, dari hasil pemeriksaan terdapat 195 produk pangan dari 660 produk pangan yang diperiksa tidak memenuhi syarat, ada yang tidak memiliki label nama dan alamat pabrik, tidak mencantumkan komposisi, nomor dari departemen kesehatan, nomor produksi, tanggal daluwarsa dan berat/ isi dari

DAFTAR PUSTAKA

- A.Z. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Daya Dwipa, Jakarta, 1999
- Agung Nugroho dan Andri Akbar, *Perlindungan Konsumen terhadap Iklan yang Menipu*, Fakultas hukum Indonesia, 1997
- Buku panduan organisasi dan tata kerja unit pelaksana teknis di lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, 1989
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia cet. 3*, Balai Pustaka, 1990
- Gunawan wijaya, Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000
- Hermayulis, Ernawati, et.all, *Pengadilan Niaga dari Perspektif Pencari Keadilan*, Jakarta, 2002
- Komaruddin, *Ensiklopedia Menejemen*, Penerbit Alumni, Bandung, 1979
- Lembaga perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, *Sosialisasi UU Perlindungan Konsumen, Penyelesaian Sengketa Antara Pelaku Usaha dan konsumen dalam Era Globalisasi Pasar Bebas AFTA 2003 Pasca UU Perlindungan Konsumen No. 8 TH. 1999*, Padang, 6 Oktober 2003
- Sidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2000
- Undang-undang Nomor 23 Tahun 1992 Tentang Kesehatan
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Unit Layanan Pengaduan Konsumen Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat, *Katalog Pangan dan bahan Berbahaya*, Badan Pengawas Obat dan makanan, 2003
- [www. bpom.com](http://www.bpom.com)
- Yusuf Shofie, *Percakapan tentang Pendidikan Konsumen dan Kurikulum Fakultas Hukum*, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia USAID, 1998