

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA MENGENAI TANGGUNG JAWAB, PELAKU USAHA, PERLINDUNGAN KONSUMEN, PRODUK HALAL DAN BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN (BPSK)

A. Tinjauan Umum Mengenai Tanggung jawab

Tanggung jawab dalam bahasa Inggris diterjemahkan dari kata “*responsibility*” atau “*liability*”, sedangkan dalam bahasa Belanda, yaitu “*vereentwoodelijk*” atau “*aansparrkelijheid*”¹². Tanggung jawab adalah wajib, menanggung, wajib memikul beban, wajib memenuhi segala akibat yang timbul dari perbuatan, rela mengabdikan, dan rela berkorban untuk kepentingan pihak lain.

Dalam hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha harus dapat dimintakan pertanggung jawabannya, yaitu jika perbuatan telah melanggar hak-hak dan kepentingan konsumen, menimbulkan kerugian, atau kesehatan konsumen terganggu. Tanggung jawab produk adalah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan hukum yang menghasilkan suatu produk (*producer manufacturer*) atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk (*processor assembler*) atau dari orang atau badan yang menjual atau yang mendistribusikan (*seller, distributor*) produk tersebut.

1. Tanggung jawab berdasarkan kelalaian

Tanggung jawab berdasarkan kelalaian adalah suatu prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, yaitu suatu tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku produsen. Sifat subjektifitas muncul pada kategori bahwa seseorang yang bersikap hati-hati mencegah

¹² Khaerul Tanjung, “Pelaku Usaha dan Tanggung Jawab”, <http://www.blogster.com/khaerulhtanjung/pelaku-usaha-dan-tanggung-jawab>. Diakses pada tanggal 16 Juni 2017, pukul 09.27 WIB.

timbulnya kerugian pada konsumen. Berdasarkan teori tersebut, kelalaian produsen yang berakibat pada munculnya kerugian konsumen merupakan faktor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan tuntutan kerugian kepada produsen.

Kelalaian produsen merupakan faktor yang mengakibatkan adanya kerugian pada konsumen (hubungan sebab akibat antara kelalaian dan kerugian konsumen). Dalam prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian juga mengalami perkembangan dengan tingkat responsibilitas yang berbeda terhadap kepentingan konsumen, yaitu:

1) Tanggung Jawab atas Kelalaian dengan Persyaratan Hubungan Kontrak

Teori murni prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian adalah suatu tanggung jawab yang didasarkan pada adanya unsur kesalahan dan hubungan kontrak. Teori ini sangat merugikan konsumen karena gugatan baru dapat diajukan jika telah memenuhi dua syarat, yaitu adanya unsur kesalahan atau kelalaian dan hubungan kontrak antara produsen dan konsumen. Teori tanggung jawab produk berdasarkan kelalaian tidak memberikan perlindungan yang maksimal kepada konsumen, karena konsumen dihadapkan pada dua kesulitan dalam mengajukan gugatan kepada produsen, yaitu, pertama, tuntutan adanya hubungan kontrak antara konsumen sebagai penggugat dengan produsen sebagai tergugat. Kedua, argumentasi produsen bahwa kerugian konsumen diakibatkan oleh ketidakhalalan suatu bahan baku terhadap produk tersebut.

2) Kelalaian Dengan Beberapa Pengecualian Terhadap Persyaratan Hubungan Kontrak

Perkembangan tahap kedua teori tanggung jawab berdasarkan kelalaian adalah prinsip tanggung jawab yang tetap berdasarkan kelalaian namun untuk beberapa kasus terdapat pengecualian terhadap persyaratan hubungan kontrak. Seperti yang telah

disebutkan sebelumnya, bahwa persyaratan hubungan kontrak merupakan salah satu hambatan konsumen untuk mengajukan ganti kerugian kepada produsen.

3) Kelalaian Tanpa Persyaratan Hubungan Kontrak

Setelah prinsip tanggung jawab atas dasar kelalaian dengan beberapa pengecualian terhadap hubungan kontrak sebagai tahap kedua dalam perkembangan substansi hukum tanggung jawab produk, maka tahap berikutnya adalah tahap ketiga yaitu sistem tanggung jawab yang tetap berdasarkan kelalaian, tetapi sudah tidak mensyaratkan adanya hubungan kontrak.

4) Prinsip Praduga Lalai dan Prinsip Bertanggung Jawab dengan Pembuktian Terbaik

Tahap perkembangan terakhir dalam prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian adalah dalam bentuk modifikasi terhadap prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan. Modifikasi ini bermakna, adanya keringanan-keringanan bagi konsumen dalam penerapan tanggung jawab berdasarkan kelalaian, namun prinsip tanggung jawab ini masih berdasarkan kesalahan. Modifikasi ini merupakan masa transisi menuju pembentukan tanggung jawab mutlak.

2. Tanggung jawab Berdasarkan Wanprestasi

Selain mengajukan gugatan terhadap kelalaian produsen, ajaran hukum juga memperkenalkan konsumen untuk mengajukan gugatan atas wanprestasi. Tanggung jawab produsen yang dikenal dengan wanprestasi adalah tanggung jawab berdasarkan kontrak. Ketika suatu produk makanan yang berbahan baku tidak halal dan mengakibatkan kerugian, konsumen biasanya melihat isi kontrak atau perjanjian atau jaminan yang merupakan bagian dari kontrak, baik tertulis maupun lisan. Keuntungan bagi konsumen dalam gugatan berdasarkan teori ini adalah penerapan kewajiban yang sifatnya mutlak,

yaitu suatu kewajiban yang tidak didasarkan pada upaya yang telah dilakukan penjual untuk memenuhi janjinya. Itu berarti apabila produsen telah berupaya memenuhi janjinya tetapi konsumen tetap menderita kerugian, maka produsen tetap dibebani tanggung jawab untuk mengganti kerugian. Akan tetapi, dalam prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi terdapat beberapa kelemahan yang dapat mengurangi bentuk perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen, yaitu :

- 1) Pembatasan waktu gugatan.
- 2) Persyaratan pemberitahuan.
- 3) Kemungkinan adanya bantahan.
- 4) Persyaratan hubungan kontrak, baik hubungan kontrak secara horizontal maupun vertikal.

3. Tanggung Jawab Mutlak

Asas tanggung jawab ini dikenal dengan nama *product liability*. Menurut prinsip ini, produsen wajib bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen atas penggunaan produk yang beredar dipasaran. Tanggung jawab mutlak *strict liability*, yakni unsur kesalahan tidak perlu dibuktikan oleh pihak penggugat sebagai dasar ganti kerugian, ketentuan ini merupakan *lex specialis* dalam gugatan tentang melanggar hukum pada umumnya. Penggugat (konsumen) hanya perlu membuktikan adanya hubungan antara perbuatan produsen dan kerugian yang dideritanya. Dengan diterapkannya prinsip tanggung jawab ini, maka setiap konsumen yang merasa dirugikan akibat produk barang yang tidak layak dikonsumsi atau tidak aman dapat menuntut kompensasi tanpa harus mempermasalahkan ada atau tidaknya unsur kesalahan di pihak produsen. Dengan menempatkan / mengedarkan barang-barang dipasaran, berarti produsen menjamin bahwa

produk tersebut aman dan pantas untuk dikonsumsi, bilamana terbukti tidak demikian dia harus bertanggung jawab.

B. Tinjauan Umum Mengenai Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Az. Nasution bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen. Hukum konsumen menurut beliau adalah “Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa kepada konsumen, didalam pergaulan hidup”.¹³ Sedangkan hukum perlindungan konsumen diartikan sebagai “Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang dan atau jasa kepada konsumen”.¹⁴

Lebih lanjut mengenai definisinya itu, Nasution menjelaskan sebagai berikut:

“Hukum konsumen pada pokoknya lebih berperan dalam hubungan dan masalah konsumen yang kondisi para pihaknya berimbang dalam kedudukan sosial ekonomi, daya saing, maupun tingkat pendidikan. Rasionya adalah sekalipun tidak selalu tepat, bagi mereka yang berkedudukan seimbang demikian, maka mereka masing-masing lebih mampu mempertahankan dan menegakkan hak-hak mereka yang sah. Hukum perlindungan konsumen dibutuhkan apabila kondisi pihak-pihak yang mengadakan hubungan hukum atau bermasalah dalam masyarakat itu tidak seimbang”.¹⁵

Pada dasarnya, baik hukum maupun hukum perlindungan konsumen membicarakan hal yang sama, yaitu kepentingan hukum konsumen. Bagaimana hak-hak konsumen itu diakui dan diatur di dalam hukum serta bagaimana ditegakkan di dalam praktik hidup

¹³ Az. Nasution, 1995, *Konsumen... op.cit.*, hlm 64. Agak berbeda redaksinya dengan definisi di atas adalah definisi yang dimuat dalam bukunya yang baru *Hukum Perindungan Konsumen, Suatu Pengantar*, 2000, Penerbit Daya Widya, Jakarta, hlm.23, yang menyebutkan : *keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk barang dan/atau jasa, antara penyedia dan penggunanya, dalam kehidupan bermasyarakat*. Dikutip dari Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, hlm.46.

¹⁴ *Ibid*, hlm. 66.

¹⁵ *Ibid*, hlm. 67.

bermasyarakat. Dengan demikian, hukum perlindungan konsumen atau hukum konsumen dapat diartikan sebagai keseluruhan peraturan hukum yang mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban konsumen dan pelaku usaha yang timbul dalam usaha-usaha untuk memenuhi kebutuhannya.

Kata *keseluruhan* dimaksudkan untuk menggambarkan bahwa di dalamnya termasuk seluruh pembedaan hukum menurut jenisnya. Jadi, termasuk di dalamnya, baik hukum perdata, pidana, administrasi negara, maupun hukum internasional. Sedangkan cakupannya adalah hak dan kewajiban serta cara-cara pemenuhannya dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya, yaitu bagi konsumen mulai dari usaha untuk mendapat kebutuhannya dari pelaku usaha, meliputi informasi, memilih harga sampai pada akibat-akibat yang timbul karena penggunaan kebutuhan itu, misalnya untuk mendapatkan penggantian kerugian. Sedangkan bagi produsen meliputi kewajiban yang berkaitan dengan produksi, penyimpanan, peredaran dan perdagangan produk, serta akibat dari pemakaian produk itu. Dengan demikian, jika perlindungan konsumen diartikan sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian pemenuhan hak-hak konsumen sebagai wujud perlindungan kepada konsumen, maka hukum perlindungan konsumen tiada lain adalah hukum yang mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.

2. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen

Dasar hukum perlindungan konsumen adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dapat disingkat dengan UUPK, diundangkan pada tanggal 20 April 1999 dan dinyatakan baru berlaku efektif mulai tanggal 20 April 2000, yaitu satu tahun setelah diundangkan. UUPK ini memuat aturan-aturan hukum tentang

perlindungan kepada konsumen yang berupa payung bagi perundang-undangan lainnya yang menyangkut konsumen, sekaligus mengintegrasikan perundang-undangan itu sehingga memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen.¹⁶

3. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menyatakan ada lima asas perlindungan konsumen, yaitu:

a. Asas manfaat

Maksud asas ini adalah untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan

b. Asas keadilan

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat bias diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

c. Asas keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material maupun spiritual.

d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang/jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

e. Asas kepastian hukum

¹⁶ *Ibid*, hlm. 51.

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

Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menyatakan tujuan dari perlindungan konsumen, adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

C. Tinjauan Umum Mengenai Pelaku Usaha

1. Pengertian Pelaku Usaha

Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, mendefinisikan bahwa pelaku usaha adalah setiap orang atau perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara

Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.¹⁷

Definisi dari pelaku usaha yang diberikan dalam UUPK mencoba untuk mendefinisikan pelaku usaha secara luas. Para pelaku usaha yang dimaksudkan dalam UUPK tersebut tidak dibatasi hanya pabrikan saja, melainkan juga bagi distributor (dan jaringannya), serta termasuk para importir. Selain itu, para pelaku usaha periklanan pun tunduk pada ketentuan Undang-undang ini.¹⁸

2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

a. Hak Pelaku Usaha

Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, telah mengatur mengenai hak-hak bagi pelaku usaha, yaitu:

- 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 pembelaan 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.

¹⁷ N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen, Perlindungan dan Tanggung Jawab Produk*, Grafika Mardi Yuana, Bogor, 2005, hlm. 23.

¹⁸ Gunawan Widjaja Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003, hlm. 35.

Hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak kondisi barang dan/atau jasa yang diberikannya kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang dan/atau jasa yang sama. Dalam praktek yang biasa terjadi, suatu barang dan/atau jasa yang kualitasnya lebih rendah dari pada barang yang serupa, maka para pihak mensepakati harga yang lebih murah. Dengan demikian yang dipentingkan dalam hal ini adalah harga yang wajar.¹⁹

b. Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, telah mengatur mengenai kewajiban bagi pelaku usaha, yaitu:

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan;

¹⁹ Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, 2004, Hlm. 50.

- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban pelaku usaha beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perjanjian. Ketentuan itikad baik ini diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara, bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.

Begitu pentingnya itikad baik tersebut, sehingga dalam perundang-undangan atau perjanjian antara para pihak, kedua belah pihak akan berhadapan dalam suatu hubungan hukum khusus yang dikuasai oleh itikad baik dan hubungan khusus ini membawa akibat lebih lanjut bahwa kedua belah pihak itu harus bertindak dengan mengingat kepentingan-kepentingan yang wajar dari pihak lain. Bagi masing-masing pihak dalam perjanjian terdapat suatu kewajiban untuk mengadakan penyelidikan dalam batas-batas yang wajar terhadap pihak lawan sebelum menandatangani kontrak, atau masing-masing pihak harus menaruh perhatian yang cukup dalam menutup kontrak yang berkaitan dengan itikad baik.²⁰

Dalam UUPK tampak bahwa itikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatannya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dirancang/ diproduksi sampai pada tahap purna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian

²⁰ J.M. van Dunne dan van der Burght, Gr, *Perbuatan Melawan Hukum*, Dewan Kerja Sama Ilmu Hukum Belanda Dengan Indonesia, Proyek Hukum Perdata, Ujungpandang, 1988., hlm. 15.

barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/ diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.

3. Berbagai Larangan Pelaku Usaha

Meskipun pelaku usaha banyak macamnya, namun UUPK tidak membedakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha tersebut, demikian pula dengan berbagai larangannya. Tetapi yang cukup signifikan adalah sifat saat terbitnya pertanggungjawaban terhadap kegiatan usaha yang dilakukan oleh masing-masing pelaku usaha terhadap para konsumen yang mempergunakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diberikan. Pertanggungjawaban berkaitan erat dengan macam dan jenis ganti rugi yang dapat dikenakan bagi pelaku usaha yang melanggar satu atau lebih ketentuan dalam Undang-undang ini. Dalam hukum pembuktian, saat lahirnya atau hapusnya pertanggungjawaban dari satu pelaku usaha dan beralihnya pertanggungjawaban tersebut kepada pelaku usaha lainnya harus dibuktikan, agar tidak merugikan konsumen maupun pelaku usaha lainnya, sehingga dapat tercipta asas kepatutan dan keadilan, serta kepastian hukum bagi semua pihak.²¹

Perbuatan yang dilarang bagi para pelaku usaha diatur dalam Bab IV UUPK, yang terdiri dari 10 pasal, dimulai dengan Pasal 8 sampai dengan Pasal 17. Satu hal yang juga perlu diperhatikan disini bahwa Undang-undang secara tidak langsung juga mengakui adanya kegiatan usaha perdagangan yang dilakukan secara individual, dalam bentuk pelelangan dengan tidak membedakan jenis barang dan/atau jasa yang

²¹ Gunawan Widjaja Ahmad Yani, *op. cit.*, hlm. 36.

diperdagangkan, dengan pesanan, dan dengan harga khusus dalam waktu dan jumlah tertentu.

Undang-undang tidak memberikan perlakuan yang berbeda kepada masing-masing pelaku usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha tersebut, sepanjang pelaku usaha tersebut menjalankannya secara benar dan memberikan informasi yang cukup, relevan, dapat dipertanggung-jawabkan, serta tidak menyesatkan konsumen yang akan mempergunakan atau memakai atau memanfaatkan barang dan/atau jasa yang diberikan tersebut.

Pasal 8 merupakan satu-satunya ketentuan umum, yang berlaku *general* bagi kegiatan usaha dari para pelaku usaha di negara Republik Indonesia. Larangan tersebut meliputi kegiatan pelaku usaha untuk melaksanakan kegiatan produksi dan/atau perdagangan barang dan/atau jasa yang :

- 1) tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundangundangan;
- 2) tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- 3) tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- 4) tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut
- 5) tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

- 6) tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- 7) tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/ pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- 8) tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
- 9) tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/ dibuat;\
- 10) tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundangundangan yang berlaku.

Secara garis besar larangan yang dikenakan dalam Pasal 8 UUPK tersebut dapat dibagi ke dalam dua larangan pokok, yaitu:

- 1) larangan mengenai produk itu sendiri, yang tidak memenuhi syarat dan standar yang layak untuk dipergunakan atau dipakai atau dimanfaatkan oleh konsumen;
- 2) larangan mengenai ketersediaan informasi yang tidak benar, dan tidak akurat, yang menyesatkan konsumen.²²

(a) Larangan Mengenai Kelayakan Produk

Larangan mengenai kelayakan produk, baik itu berupa barang dan/atau jasa pada dasarnya berhubungan erat dengan karakteristik dan sifat dari barang/atau

²² *Ibid*, hlm. 39.

jasa yang diperdagangkan tersebut. Kelayakan produk tersebut merupakan “standar minimum” yang harus dimiliki oleh suatu barang dan/atau jasa tersebut dapat diperdagangkan untuk dikonsumsi oleh masyarakat luas. Standar minimum tersebut kadang-kadang sudah ada yang menjadi “pengetahuan umum”, namun sedikit banyaknya masih memerlukan penjelasan lebih lanjut. Untuk itu, informasi menjadi suatu hal yang penting bagi konsumen. Informasi yang demikian tidak hanya datang dari pelaku usaha semata-mata, melainkan juga berbagai sumber lain yang dapat dipercaya, serta dipertanggungjawabkan sehingga pada akhirnya konsumen tidak dirugikan, dengan membeli barang dan/atau jasa yang sebenarnya tidak layak untuk diperdagangkan.²³

(b) Larangan memberikan Informasi yang Tidak Benar, Tidak Akurat dan Menyesatkan

Informasi merupakan hal penting bagi konsumen, karena melalui informasi tersebut konsumen dapat mempergunakan hak pilihnya secara benar. Hak untuk memilih tersebut merupakan hak dasar yang tidak dapat dihapuskan oleh siapapun juga. Dengan mempergunakan hak pilihnya tersebut, konsumen dapat menentukan “cocok tidaknya” barang dan/atau jasa yang ditawarkan/diperdagangkan tersebut dengan “kebutuhan” dari diri masing-masing konsumen.

D. Tinjauan Umum Mengenai Halal

1. Pengertian Halal

²³ *Ibid*, hlm. 39-40.

Kehalalan produk menjadi suatu yang penting untuk eksistensi produk itu sendiri, demi menjaga rasa kenyamanan para konsumen. Penduduk Indonesia yang notabene Sembilan puluh persennya berpenduduk muslim menyakini bahwa suatu produk terutama pangan akan terjaga kualitas dan muasalanya jika telah mendapat sertifikasi halal. Disinilah tugas berat dari LPPOM-MUI dibutuhkan.

Halal adalah kriteria mutu produk utama dalam Islam. Halal untuk pangan (bila daging) dimulai dari prosedur pemilihan hewan ternak dan kegiatan sampai kepada penerima (konsumen). Pangan halal harus diawali dengan aman untuk dimakan tidak ada bahan pengawet atau bahan berbahaya, sehat yaitu segar dan nyaman tidak berpenyakit dan utuh yaitu sempurna sebagaimana adanya atau sebagaimana semula.

Pengertian halal (qasher) dapat ditinjau dari segi pandangan hukum dan thayyib yaitu yang melekat pada materi (produk). Oleh karena itu halal harus mencakup kedua aspek, yaitu halal secara lahiriah dan batiniah.

Halal bila pendekatannya dari segi hasil produk dan proses, maka halal adalah produk (suatu hasil) yang tidak memberi mudharat pada diri sendiri dan/atau dibuat melalui suatu kegiatan/proses mengikuti aturan/hukum Islam (yaitu Al Qur'an dan Hadist). Pendekatan ini menyatakan barang yang dimakan, dipakai atau digunakan adalah produk. Sedangkan syarat kehalalan produk sangat penting bagi konsumen, kriteria halal tersebut meliputi:

- a. Produk tidak mengandung babi atau produk-produk yang berasal dari babi serta tidak menggunakan alkohol sebagai bahan dasar yang sengaja ditambahkan

- b. daging yang digunakan berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam
- c. Semua tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan dan transportasinya tidak digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya. Tempat pembuatan terlebih dahulu dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam.

Pengertian Labelisasi Halal adalah bagian dari sebuah produk yang berupa keterangan/penjelasan mengenai barang tersebut atau penjualnya. Sedangkan yang dimaksud dengan produk halal menurut LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia), adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai syari'at Islam. Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal adalah pencantuman keterangan/penjelasan halal pada kemasan sebuah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Labelisasi halal merupakan salah satu poin penting di dalam penelitian ini. labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Label halal sebuah produk dapat dicantumkan pada sebuah kemasan apabila produk tersebut telah mendapatkan sertifikat halal oleh BPPOM MUI. Sertifikasi dan labelisasi halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen, serta meningkatkan daya saing produk dalam negeri dalam rangka meningkatkan pendapatan Nasional. Tiga sasaran utama yang ingin dicapai adalah:

- a. Menguntungkan konsumen dengan memberikan perlindungan dan kepastian hukum.

- b. Menguntungkan produsen dengan peningkatan daya saing dan omset produksi dalam penjualan.
- c. Menguntungkan pemerintah dengan mendapatkan tambahan pemasukan terhadap kas Negara. Indikator labelisasi halal ada tiga, yaitu pengetahuan, kepercayaan, dan penilaian terhadap labelisasi halal. Berikut ini adalah arti dari masing-masing indikator di atas berdasarkan KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) dan wikipedia :
 - 1. Pengetahuan, merupakan informasi atau maklumat yang diketahui atau disadari oleh seseorang. Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi yang lantas melekat di benak seseorang.
 - 2. Kepercayaan, merupakan suatu keadaan psikologis pada saat seseorang menganggap suatu premis benar. Atau dapat juga berarti anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata
 - 3. Penilaian terhadap labelisasi halal, merupakan proses, cara, perbuatan menilai pemberian nilai yang diberikan terhadap labelisasi halal.

2. Proses Sertifikasi Halal Oleh LPPOM-MUI

Untuk mendapatkan Labelisasi Halal ada beberapa proses yang harus dilalui oleh para pelaku usaha yang ingin mendapatkan keterangan halal pada produk yang diproduksinya. Tetapi sebelum mendapatkan keterangan halal, sebuah produk yang diproduksi oleh sebuah perusahaan harus terlebih dahulu memperoleh sertifikat halal dari

Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia atau sering disebut dengan LPPOM MUI. Untuk memperoleh sertifikat halal, maka LPPOM MUI memberikan ketentuan bagi perusahaan.²⁴ Ketentuannya adalah sebagai berikut:

- a. Sebelum produsen mengajukan sertifikat halal terlebih dahulu harus mempersiapkan Sistem Jaminan Halal. Penjelasan rinci tentang Sistem Jaminan Halal dapat merujuk kepada Buku Panduan Penyusunan Sistem Jaminan Halal yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI.
- b. Berkewajiban mengangkat secara resmi seorang atau tim Auditor Halal Internal (AHI) yang bertanggungjawab dalam menjamin pelaksanaan produksi halal.
- c. Berkewajiban menandatangani kesediaan untuk diinspeksi secara mendadak tanpa pemberitahuan sebelumnya oleh LPPOM-MUI.
- d. Membuat laporan berkala setiap 6 bulan tentang pelaksanaan Sistem Jaminan Halal. Setelah semua ketentuan di atas telah dipenuhi, maka produsen dapat lanjut ke proses prosedur sertifikasi halal.

Adapun prosedur yang harus dijalani pelaku usaha apabila ingin mendaftarkan produknya untuk di sertifikasi halal, yaitu sebagai berikut :

- a. Pertama-tama produsen yang menginginkan sertifikat halal mendaftarkan ke LPPOM MUI.

²⁴ www.riau1.kemenag.go.id

- b. Setiap produsen yang mengajukan permohonan Sertifikat Halal harus mengisi formulir yang telah disediakan. formulir tersebut berisi informasi tentang data perusahaan, jenis dan nama produk serta bahan-bahan yang digunakan.
- c. Formulir yang sudah diisi beserta dokumen pendukungnya dikembalikan ke LPPOM MUI untuk diperiksa kelengkapannya.
- d. LPPOM MUI akan memberitahukan perusahaan mengenai jadwal audit. Tim Auditor akan melakukan pemeriksaan ke lokasi produsen dan perusahaan harus dalam keadaan memproduksi produk yang disertifikasi.
- e. Hasil pemeriksaan/audit dan hasil laboratorium (bila diperlukan) dievaluasi dalam Rapat Auditor LPPOM MUI. Hasil audit yang belum memenuhi persyaratan diberitahukan kepada perusahaan melalui audit memorandum. Jika telah memenuhi persyaratan, auditor akan membuat laporan hasil audit guna diajukan pada Sidang Komisi Fatwa MUI untuk diputuskan status kehalalannya.
- f. Laporan hasil audit disampaikan oleh Pengurus LPPOM MUI dalam Sidang Komisi Fatwa Mui pada waktu yang telah ditentukan.
- g. Sidang Komisi Fatwa MUI dapat menolak laporan hasil audit jika dianggap belum memenuhi semua persyaratan yang telah ditentukan, dan hasilnya akan disampaikan kepada produsen pemohon sertifikasi halal.
- h. Sertifikat Halal dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia setelah ditetapkan status kehalalannya oleh Komisi Fatwa MUI.
- i. Sertifikat Halal berlaku selama 2 (dua) tahun sejak tanggal penetapan fatwa.
- j. Tiga bulan sebelum masa berlaku Sertifikat Halal berakhir, produsen harus mengajukan perpanjangan sertifikat halal sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan

LPPOM MUI. Kemudian dilakukanlah tata cara pemeriksaan (Audit) mulai dari manajemen, bahan-bahan baku, dll.

Pemeriksaan/audit suatu produk yang akan di sertifikasi halal yaitu mencakup :

- a. Manajemen produsen dalam menjamin kehalalan produk (Sistem Jaminan Halal).
- b. Pemeriksaan dokumen-dokumen spesifikasi yang menjelaskan asal-usul bahan, komposisi dan proses pembuatannya dan/atau sertifikat halal pendukungnya, dokumen pengadaan dan penyimpanan bahan, formula produksi serta dokumen pelaksanaan produksi halal secara keseluruhan.
- c. Observasi lapangan yang mencakup proses produksi secara keseluruhan mulai dari penerimaan bahan, produksi, pengemasan dan penggudangan serta penyajian untuk restoran/catering/outlet.
- d. Keabsahan dokumen dan kesesuaian secara fisik untuk setiap bahan harus terpenuhi.
- e. Pengambilan contoh dilakukan untuk bahan yang dinilai perlu.

Setelah semua proses dilalui dan dinyatakan kehalalannya, maka sertifikat halal dapat dikeluarkan. Proses selanjutnya adalah pencantuman label halal di kemasan produk yang dinyatakan halal. Pencantuman label halal inilah yang sering kita dengar dengan sebutan labelisasi halal. Bagi Perusahaan yang ingin mendaftarkan Sertifikasi Halal ke LPPOM MUI, baik industri pengolahan (pangan, obat, kosmetika), Rumah Potong Hewan (RPH), restoran/katering, maupun industri jasa (distributor, warehouse, transporter, retailer) harus memenuhi Persyaratan Sertifikasi Halal yang tertuang dalam Buku HAS 23000 (Kebijakan, Prosedur, dan Kriteria).

E. Tinjauan Umum Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

1. Gambaran Umum BPSK

Untuk membantu penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, undang-undang ini memperkenalkan sebuah lembaga yang bernama Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Badan ini merupakan badan hasil bentukan pemerintah yang berkedudukan di ibu kota Daerah Tingkat II Kabupaten/Kota Pasal 49 ayat (1) Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan ini sama seperti penyelesaian sengketa dengan jalur mediasi, arbitrase, atau konsiliasi. majelis BPSK mengusahakan terciptanya kesepakatan di antara pihak-pihak yang bersengketa, sebagai bentuk penyelesaian sengketa tersebut. Dengan demikian, penyelesaian sengketa melalui BPSK ini memuat unsur perdamaian. Namun, harus diingat bahwa sengketa konsumen tidak boleh diselesaikan dengan perdamaian saja sebab ketentuan hukum harus tetap dipegang. BPSK tidak menyelesaikan sengketa konsumen dengan jalan damai, tetapi memeriksa dan memutus sengketa berdasarkan hukum. BPSK dalam menjalankan perannya dalam penyelesaian sengketa tetap berpegang pada ketentuan undang-undang (hukum) yang berlaku. Namun demikian, penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK termasuk penyelesaian sengketa di luar pengadilan.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah lembaga memeriksa dan memutus sengketa konsumen, yang bekerja seolah-olah sebagai sebuah pengadilan. Karena itu, BPSK ini dapat disebut sebagai peradilan kuasi.

BPSK berkedudukan di Daerah Tingkat II Kabupaten/Koatamadya dengan susunan:

- a. Satu orang ketua merangkap anggota,
- b. Satu orang wakil ketua merangkap anggota, dan
- c. Sembilan sampai dengan lima belas anggota.

Anggota BPSK terdiri dari: pemerintah, konsumen, dan pelaku usaha, yang masing-masing unsur diwakili oleh sekurang-kurangnya tiga orang dan sebanyak-banyaknya lima orang. Anggota BPSK ditetapkan oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan. Untuk memperlancar tugasnya, BPSK dipimpin oleh seorang kepala dan beberapa anggota. Kepala dan anggota diangkat dan diberhentikan oleh Menteri Perdagangan dan Perindustrian.

Berdasarkan Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 90 Tahun 2001, telah dibentuk BPSK di 10 Daerah Tingkat III yaitu di Kota Medan, Palembang, Jakarta Pusat, Jakarta Barat, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Malang, dan Makasar. Menurut Pasal 2 Keppres ini, setiap konsumen yang dirugikan atau ahli warisnya dapat menggugat pelaku usaha melalui BPSK di tempat domisili konsumen atau pada BPSK yang terdekat. Kemudian berdasarkan Keppres Nomor 108 Tahun 2004, dibentuk BPSK di 14 daerah Tingkat II, yaitu di Kota Kupang, Samarinda, Belitung, Sukabumi, Bogor, Kediri, Mataram, Palangkaraya, dan di kabupaten Kupang, Belitung, Sukabumi, Bulungan, Serang, Ogan Komering Ulu, dan Jenepono.

2. Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Tugas dan wewenang BPSK menurut Pasal 52 Undang-Undang Perlindungan Konsumen meliputi :

- a. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
- b. memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- c. melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini;
- e. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;

- f. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- g. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-undang ini;
- i. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;
- j. mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
- k. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
- l. memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- m. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini.

Melihat pada tugas dan wewenang BPSK sebagaimana disebutkan di atas, dapat dikatakan bahwa BPSK ini lebih luas dari sebuah badan peradilan perdata yang sampai masuk pada tugas dan wewenang Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), yang dapat melakukan tugas di bidang pengawasan dan konsultasi. Tetapi, sebaiknya tugas dan wewenang ini dipersempit sampai batas-batas penyelesaian sengketa saja sehingga BPSK ini dapat mencapai tujuannya.

BPSK ini adalah sebuah lembaga arbitrase yang tugas-tugasnya pada lingkup mencari pemecahan/penyelesaian dengan jalan damai terhadap sengketa konsumen dengan pelaku usaha. Dengan tugas seperti ini maka BPSK dapat dengan segera memberikan putusannya untuk mengakhiri sengketa konsumen. Diharapkan dengan penyelesaian sengketa yang sederhana dan singkat.

3. Tata Cara Penangan Perkara

Putusan Pengadilan BPSK diatur dalam Bab XI mulai dari Pasal 55 sampai dengan Pasal 58. Dari rumusan ketentuan Pasal 55 dapat kita ketahui bahwa tidak hanya pihak

yang dirugikan saja sebagai akibat dari terjadinya pelanggaran terhadap Undang-Undang ini. Yang dapat melapor secara tertulis kepada BPSK dengan keterangan yang lengkap dan jelas tentang telah terjadinya pelanggaran serta kerugian yang ditimbulkan melainkan juga setiap orang yang mengetahui telah terjadi atau patut diduga telah terjadi pelanggaran terhadap Undang-Undang ini dapat melaporkan secara tertulis kepada BPSK dengan keterangan yang jelas tentang telah terjadinya pelanggaran dengan menyertakan identitas pelapor.

BPSK wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja setelah gugatan diterima. Dan menurut Pasal 56 putusan BPSK bahwa pihak yang terkait;

1. Dalam waktu paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sejak menerima putusan BPSK sebagaimana dimaksud dalam pasal 55 pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut.
2. Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut.
3. Pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dianggap menerima putusan BPSK
4. Apabila ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) tidak dijalankan oleh pelaku usaha, BPSK menyerahkan putusan tersebut kepada penyidik untuk melakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Putusan BPSK sebagaimana dimaksud pada ayat (3) merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan.