

BAB II

**TINJAUAN PUSTAKA TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM,
PERLINDUNGAN KONSUMEN, KONSUMEN DAN PELAKU USAHA,
DAN PERIKLANAN**

A. Perlindungan Hukum

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Satjipto Raharjo, menyatakan bahwa:²³

“Awal mula dari munculnya teori perlindungan hukum ini bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Menurut aliran hukum alam menyebutkan bahwa hukum itu bersumber dari Tuhan yang bersifat universal dan abadi, serta antara hukum dan moral tidak boleh dipisahkan. Para penganut aliran ini memandang bahwa hukum dan moral adalah cerminan dan aturan secara internal dan eksternal dari kehidupan manusia yang diwujudkan melalui hukum dan moral. Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.”

Menurut Satjipto Raharjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.

Lili Rasjidi dan I.B Wisa Putra, menyatakan bahwa:²⁴

²³ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 53.

²⁴ Lili Rasjidi dan I.B Wisa Putra, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*, Remaja Rusdakarya, Bandung, 1993, hlm. 118.

“Hukum dapat difungsikan untuk mewujudkan perlindungan yang sifatnya tidak sekedar adaptif dan fleksibel, melainkan juga prediktif dan antisipatif.”

Patut dicatat bahwa upaya untuk mendapatkan perlindungan hukum tentunya yang diinginkan oleh manusia adalah ketertiban dan keteraturan antara nilai dasar dari hukum yakni adanya kepastian hukum, kegunaan hukum serta keadilan hukum, meskipun pada umumnya dalam praktek ketiga nilai dasar tersebut bersitegang, namun haruslah diusahakan untuk ketiga nilai dasar tersebut bersamaan.

Natsir Asnawi, menyatakan bahwa:²⁵

“Perlindungan hukum merupakan elemen mendasar dalam hukum. Perlindungan berkaitan dengan upaya penegakan dan pemulihan hak-hak keperdataan subjek hukum tertentu, maka perlindungan hukum dapat dimaknai sebagai upaya untuk menegakkan dan/atau memulihkan hak-hak keperdataan subjek hukum tertentu.”

Hak merupakan kekuasaan yang diberikan oleh hukum kepada seseorang. Hubungan yang erat antara hak dan kewajiban adalah hak berpasangan dengan kewajiban, artinya apabila seseorang mempunyai hak, maka ia memiliki kewajiban kepada orang lain.

Menurut teori perlindungan hukum terkait dengan hukum ekonomi yang dibangun Salmond seperti ditegaskan Fitzgerald, ciri-ciri yang melekat pada hak menurut hukum, yaitu:²⁶

²⁵ Natsir Asnawi, Perlindungan Hukum Kontrak Dalam Perspektif Hukum Kontrak Kontemporer, *Jurnal Masalah Hukum*, Vol. 1, No. 46, hlm. 60.

²⁶ Dyah Ochtorina Susant, *Bahan Ajar: Teori Perlindungan Hukum*, Program Pasca Sarjana Ilmu Hukum Universitas Islam Kadiri, Kediri, hlm. 1.

- a. Hak yang dilekatkan kepada pemilik atau subjek dari hak itu. Ia juga disebut sebagai orang yang memiliki titel atas barang yang menjadi sasaran dari hak;
- b. Hak yang melekat kepada orang lain, yaitu yang menjadi pemegang kewajiban. Antara hak dan kewajiban terdapat hubungan korelatif;
- c. Hak yang terdapat dalam diri seseorang mewajibkan pihak lain untuk melakukan (*commission*) atau tidak melakukan sesuatu perbuatan (*omission*). Hal ini disebut sebagai isi hak;
- d. *Commission* atau *omission* itu menyangkut sesuatu yang bisa disebut sebagai objek dari hak; dan
- e. Setiap hak menurut hukum itu mempunyai titel, yaitu suatu peristiwa tertentu yang menjadi alasan melekatnya hak itu kepada pemiliknya.

Pada dasarnya dalam setiap hubungan kesepakatan kerja berpotensi memunculkan permasalahan, maka konsep perlindungan hukum merupakan *condition sine qua non*.

Natsir Asnawi, juga menyatakan bahwa:²⁷

“Sarana hukum yang digunakan dalam perlindungan hukum antara lain adalah perundang-undangan serta asas-asas hukum yang berhubungan dengan hukum perdata.”

²⁷ Natsir Asnawi, *Op Cit.*

Hakekat perlindungan hukum internal adalah perlindungan hukum yang dikemas sendiri oleh para pihak pada saat membuat kesepakatan, dimana pada saat mengemas klausul–klausul dalam kesepakatan, kedua belah pihak menginginkan agar kepentingannya terpenuhi atas dasar kata kesepakatan, termasuk pula segala bentuk resiko dapat dicegah melalui klausul–klausul yang dikemas atas dasar kesepakatan, sehingga dengan klausula tersebut para pihak akan memperoleh perlindungan hukum berimbang atas persetujuan mereka bersama.

M. Isnaeni berpendapat bahwa:²⁸

“Sumber perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi 2 (dua) macam yakni perlindungan hukum eksternal dan perlindungan hukum internal.”

Perlindungan hukum internal dapat diwujudkan oleh para pihak, disaat kedudukan hukum antara kedua pihak relatif seimbang dalam artinya mereka memiliki *bargaining power* yang berimbang, sehingga atas dasar hak asasi manusia, para pihak mempunyai keleluasaan untuk menyatakan kehendak sesuai kepentingannya. Hal ini menjadi landasan saat para pihak menyusun klausul–klausul kesepakatan, sehingga perlindungan hukum dapat terwujud sesuai kebutuhan para pihak.

Perlindungan hukum eksternal yang dibuat oleh penguasa lewat regulasi bagi kepentingan pihak yang lemah. Hakekat peraturan perundang-undangan harus seimbang dan tidak boleh berat sebelah. Secara

²⁸ Moch. Isnaeni, *Pengantar Hukum Jaminan Kebendaan*, Revka Petra, Media Surabaya, 2016, hlm. 159.

proporsional juga wajib diberikan perlindungan hukum yang seimbang sedini mungkin kepada pihak lainnya. Sebab mungkin saja pada saat dibuatnya sebuah kesepakatan, pihak yang semula kuat itu justru menjadi pihak yang teraniaya. Misalnya, saat debitur melanggar hak kreditur, maka kreditur perlu perlindungan hukum juga. Kemasam peraturan perundang-perundangan memberikan perlindungan hukum kepada para pihak secara proporsional.

2. Bentuk Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum merupakan suatu hal yang dilindungi subyek-subyek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dipaksakan pelaksanaannya dengan suatu sanksi. Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

a. Perlindungan Hukum Preventif

Muchsin, menyatakan bahwa:²⁹

“Perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan suatu batasan dalam melakukan suatu kewajiban.”

Pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum

²⁹ Muchsin, *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2003, hlm. 14.

preventif sangat besar artinya bagi tindak pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk lebih bersifat hati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi. Di Indonesia belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif.

b. Perlindungan Hukum Represif

CST Kansil, menyatakan bahwa:³⁰

“Perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran hukum.”

Perlindungan hukum represif bertujuan untuk menyelesaikan suatu sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Pengadilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah dari barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah. Prinsip kedua yang mendasari perlindungan hukum

³⁰ CST Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka. Jakarta, 1989, hlm. 102.

terhadap tindak pemerintahan adalah prinsip negara hukum. Dikaitkan dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia, pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat tempat utama dan dapat dikaitkan dengan tujuan negara hukum.

3. Tujuan Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum bertujuan untuk mencari keadilan. Keadilan dibentuk oleh pemikiran yang benar, dilakukan secara adil dan jujur serta bertanggung jawab atas tindakan yang dilakukan. Rasa keadilan dan hukum harus ditegakkan berdasarkan hukum positif untuk menegakkan keadilan dalam hukum sesuai dengan realita di masyarakat yang menghendaki tercapainya masyarakat yang aman dan damai. Keadilan harus dibangun sesuai dengan cita hukum (*Rechtidee*) di dalam negara hukum (*Rechtsstaat*), dan bukan negara kekuasaan (*Machtsstaat*). Hukum berfungsi sebagai perlindungan kepentingan manusia, penegakkan hukum harus memperhatikan 4 unsur, yaitu: Ishaq, menyatakan bahwa:³¹

- a. Kepastian Hukum (*Rechtssicherheit*);
- b. Kemanfaatan Hukum (*Zweckmassigkeit*);
- c. Keadilan Hukum (*Gerechtigkeit*); dan
- d. Jaminan Hukum (*Doelmatigkeit*).

Penegakan hukum dan keadilan harus menggunakan jalur pemikiran yang tepat dengan alat bukti dan barang bukti untuk merealisasikan

³¹ Ishaq, *Dasar-dasar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm. 43

keadilan hukum, serta isi hukum harus ditentukan oleh keyakinan etnis, adil tidaknya suatu perkara. Persoalan hukum menjadi nyata jika para perangkat hukum melaksanakan dengan baik serta memenuhi dan menepati aturan yang telah dibakukan sehingga tidak terjadi penyelewengan aturan dan hukum yang telah dilakukan secara sistematis, artinya menggunakan kodifikasi dan unifikasi hukum demi terwujudnya kepastian hukum dan keadilan hukum.

Hukum berfungsi sebagai perlindungan kepentingan manusia. Dan agar kepentingan manusia terlindungi, hukum harus dilaksanakan secara profesional. Pelaksanaan hukum dapat berlangsung aman, damai dan tertib. Hukum yang telah dilanggar harus ditegakkan melalui penegakkan hukum. Penegakkan hukum menghendaki kepastian hukum, kepastian hukum merupakan perlindungan *yustisiable* terhadap tindakan kesewenang-wenangan.

Masyarakat mengharapkan adanya kepastian hukum karena dengan adanya kepastian hukum masyarakat akan tertib, aman dan damai. Masyarakat mengharapkan manfaat dalam pelaksanaan penegakkan hukum. Hukum adalah untuk manusia maka pelaksanaan hukum harus memberi manfaat, kegunaan bagi masyarakat dan jangan sampai hukum yang dilaksanakan dapat menimbulkan keresahan di dalam masyarakat itu sendiri. Masyarakat yang mendapat perlakuan baik dan benar akan mewujudkan keadaan yang tentram. Hukum dapat melindungi hak dan kewajiban setiap individu dalam kenyataan yang senyatanya, dengan

perlindungan hukum yang kokoh akan terwujud tujuan hukum secara umum yaitu ketertiban, keamanan, ketentraman, kesejahteraan, kedamaian, kebenaran dan keadilan.

Untuk mewujudkan perlindungan hukum tidak hanya memperkuat substansi dan/atau arah tujuan hukum. namun fungsi hukum. Adapun fungsi hukum harus berfokus kepada pengatur dan perlindungan terhadap kepentingan masyarakat.

Pernyataan tersebut dibawa oleh Broinslaw Malinowski yang menyatakan bahwa :

“Hukum tidak hanya berperan dalam keadaan-keadaan yang penuh kekerasan dan pertentangan, akan tetapi bahwa hukum juga berperan pada aktivitas sehari-hari.”

Peter Mahmud Marzuki, menyatakan bahwa:³²

“Aturan hukum baik berupa hukum tertulis (undang-undang) maupun hukum tidak tertulis, berisi aturan-aturan yang bersifat umum yang menjadi pedoman bagi individu bertingkah laku dalam hidup bermasyarakat, baik dalam hubungan dengan sesama maupun dalam hubungannya dengan masyarakat. Aturan-aturan itu menjadi batasan bagi masyarakat dalam membebani atau melakukan tindakan terhadap individu. Adanya aturan semacam itu dan pelaksanaan aturan tersebut menimbulkan kepastian hukum. Dengan demikian, kepastian hukum mengandung dua pengertian, yaitu pertama, adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan. Dan kedua, berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh Negara terhadap individu. Kepastian hukum bukan hanya berupa pasal dalam undang-undang, melainkan juga adanya konsistensi dalam putusan hakim

³² Peter Mahmud Marzuki, *Pengantar Ilmu Hukum*, Kencana, Jakarta, 2008, hlm. 157-158.

antara putusan hakim yang satu dengan putusan hakim yang lainnya untuk kasus serupa yang telah diputuskan.”

Kepastian hukum secara normatif adalah ketika suatu peraturan dibuat dan diundangkan secara pasti karena mengatur secara jelas dan logis. Jelas dalam arti tidak menimbulkan keragu-raguan (multitafsir) dan logis dalam arti ia menjadi suatu sistem norma dengan norma lain sehingga tidak berbenturan atau menimbulkan konflik norma.

B. Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Az. Nasution, menyatakan bahwa :³³

“Perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur hubungan dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.”

Pasal 1 angka 1 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, menyatakan bahwa :³⁴

“Setiap orang pada suatu waktu, dalam posisi tunggal/sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk barang dan/atau jasa tertentu. Keadaan universal ini pada beberapa sisi menunjukkan adanya kelemahan pada konsumen, sehingga konsumen tidak mempunyai kedudukan yang aman. Oleh

³³ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta, Diadit Media, 2002, hlm. 22.

³⁴ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Mandar Maju, 2000, hlm. 23.

karena itu, secara mendasar konsumen juga membutuhkan perlindungan hukum yang bersifat universal.”

Lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan produsen yang relatif lebih kuat dalam banyak hal misalnya dari segi ekonomi maupun pengetahuan, mengingat produsen lah yang memproduksi barang, sedangkan konsumen hanya membeli produk yang telah tersedia dipasaran. Perlindungan terhadap konsumen sangatlah penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang dan/atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, baik langsung atau tidak langsung maka konsumenlah yang pada umumnya merasakan dampaknya.

Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan :³⁵

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum;
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha;
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;
- d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktek usaha yang menipu dan menyesatkan; dan

³⁵ Erman Rajagukguk et al, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Mandar Maju, 2000, hlm. 7.

- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.

2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

a. Asas Perlindungan Konsumen

Pasal 2 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu :³⁶

- 1) Asas manfaat mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
- 2) Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;

³⁶ Ahmadi Miru, Sutarman Yodo, *Hukum Peerlindungan Konsumen*, Jakarta, Grafindo Persada, 2015, hlm. 25-26.

- 3) Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spritual;
- 4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan; dan
- 5) Asas kepastian hukum dimaksudkan agar, baik pelaku usaha maupun konsumen menaati dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

b. Tujuan Perlindungan Konsumen

Pasal 3 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Perlindungan Konsumen bertujuan :

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksek negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;

- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha; dan
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

C. Konsumen dan Pelaku Usaha

1. Pengertian Konsumen

Janus Sidalabok, menyatakan bahwa :³⁷

“Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.”

Dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, istilah konsumen sebagai definisi yuridis formal ditemukan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik

³⁷ Janus Sidalabok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Medan, 2014, hlm. 14.

bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Shidarta, menyatakan bahwa :³⁸

“Istilah lain yang agak dekat dengan konsumen adalah pembeli (koper). Pengertian konsumen jelas lebih luas daripada pembeli. Luasnya pengertian konsumen dilukiskan secara sederhana oleh mantan Presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy dengan mengatakan, *Consumers by definition include us all.*”

Pengertian dalam Pasal 1 angka 2 Undang-undang Perlindungan Konsumen, mengandung unsur-unsur sebagai berikut :

a. Konsumen adalah setiap orang

Maksudnya adalah orang perorangan dan termasuk juga badan usaha (badan hukum atau non hukum).

b. Konsumen sebagai pemakai

Pasal 1 angka 2 UUPK menegaskan bahwa UUPK menggunakan kata pemakai untuk pengertian konsumen akhir. Hal ini disebabkan karena pengertian pemakai lebih luas yaitu semua orang mengkonsumsi barang dan/atau jasa untuk diri sendiri.

c. Barang dan/atau jasa

Barang yaitu segala macam benda (berdasarkan sifatnya untuk diperdagangkan) dan dipergunakan oleh konsumen. Jasa yaitu layanan berupa pekerjaan atau prestasi yang tersedia untuk digunakan oleh konsumen.

d. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia dalam masyarakat

³⁸ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT. Grasindo, Jakarta, 2003, hlm. 2.

Barang dan/atau jasa yang akan diperdagangkan telah tersedia di pasaran, sehingga masyarakat tidak mengalami kesulitan untuk mengkonsumsinya.

- e. Barang dan/atau jasa digunakan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain atau makhluk hidup

Dalam hal ini tampak adanya teori kepentingan pribadi terhadap pemakaian suatu barang dan/atau jasa.

- f. Barang dan/atau jasa tidak untuk diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam UUPK dipertegas, yaitu hanya konsumen akhir, sehingga maksud dari pengertian ini adalah konsumen tidak memperdagangkan barang dan/atau jasa yang telah diperolehnya. Namun untuk dikonsumsi sendiri.

Sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 angka 2 Undang-undang Perlindungan Konsumen tersebut bahwa konsumen yang dimaksud adalah konsumen akhir. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa semua orang adalah konsumen karena membutuhkan barang dan jasa untuk mempertahankan hidupnya sendiri, keluarganya, ataupun untuk memelihara/merawat harta bendanya.

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

- a. Hak Konsumen

Sudikno Mertokusumo, menyatakan bahwa :³⁹

³⁹ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum: Suatu Pengantar*, Liberty, Yogyakarta, 2005, hlm. 40.

“Dalam pengertian hukum, umumnya yang dimaksud dengan hak adalah kepentingan hukum yang dilindungi oleh hukum. Kepentingan sendiri berarti tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi. Sehingga dapat dikatakan bahwa hak adalah suatu tuntutan yang pemenuhannya dilindungi oleh hukum.”

Pada dasarnya hak bersumber dari tiga hal, yaitu:

1) Hak manusia karena kodratnya

Yaitu hak yang kita peroleh sejak lahir. Seperti hak untuk hidup dan hak untuk bernafas. Hak ini tidak boleh diganggu gugat oleh negara, dan bahkan negara wajib menjamin pemenuhannya. Hak inilah yang disebut hak asasi.

2) Hak yang lahir dari hukum

Yaitu hak-hak yang diberikan oleh hukum negara kepada manusia dalam kedudukannya sebagai warga negara/warga masyarakat.

3) Hak yang lahir dari hubungan hukum antara seseorang dan orang lain melalui sebuah kontrak/perjanjian

Yaitu hak yang didasarkan pada perjanjian/ kontrak antara orang yang satu dengan yang lain. Contohnya peristiwa jual beli. Hak pembeli adalah menerima barang, sedangkan hak penjual adalah menerima uang.

Dengan demikian, hak-hak konsumen itu terdiri dari :⁴⁰

1) Hak konsumen sebagai manusia (yang perlu hidup);

⁴⁰ *Ibid*, hlm. 30.

- 2) Hak konsumen sebagai subyek hukum dan warga negara (yang bersumber dari undang-undang/ hukum); dan
- 3) Hak konsumen sebagai pihak-pihak dalam kontrak (dalam hubungan kontrak dengan konsumen-pelaku usaha).

Masyarakat Ekonomi Eropa menetapkan hak-hak dasar konsumen (warga masyarakat Eropa) yang perlu mendapat perlindungan di dalam perundang-undangan negara-negara Eropa, yaitu :⁴¹

- 1) Hak perlindungan kesehatan dan keamanan;
- 2) Hak perlindungan kepentingan ekonomi;
- 3) Hak mendapat ganti rugi; dan
- 4) Hak untuk didengar.

Menurut Pasal 4 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hak konsumen adalah :

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa;
- 2) Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/ atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa;
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ atau jasa yang digunakan;

⁴¹ *Ibid*, hlm. 46.

- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

Selanjutnya masing-masing hak-hak konsumen tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :⁴²

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;

Konsumen berhak mendapatkan produk yang nyaman, aman, dan yang memberi keselamatan. Oleh karena itu, konsumen harus dilindungi dari segala bahaya yang mengancam kesehatan, jiwa dan harta bendanya karena memakai atau mengonsumsi produk (misalnya makanan). Dengan demikian, setiap produk baik dari segi komposisi bahan, konstruksi, maupun kualitasnya harus diarahkan untuk mempertinggi rasa kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

⁴² *Ibid*, hlm. 33-35.

- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan

Hak untuk memilih dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk-produk tertentu sesuai dengan kebutuhannya, Kebebasan memilih ini berarti tidak ada unsur paksaan atau tipu daya dari pelaku usaha.

- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa

Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan/sesuai kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk.

- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan

Hak untuk didengar ini merupakan hak dari konsumen agar tidak dirugikan lebih lanjut, atau hak untuk menghindarkan diri dari kerugian. Hak ini dapat berupa pertanyaan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan produk-produk tertentu apabila informasi yang diperoleh tentang produk tersebut kurang memadai, ataukah berupa pengaduan atas adanya kerugian yang telah dialami

akibat penggunaan suatu produk, atau yang berupa pernyataan/ pendapat tentang suatu kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan kepentingan konsumen. Hak ini dapat disampaikan baik secara perorangan, maupun secara kolektif, baik yang disampaikan secara langsung maupun diwakili oleh suatu lembaga tertentu, misalnya melalui YLKI.

- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut

Pelaku usaha tentu memahami mengenai barang dan/atau jasa, sedangkan di sisi lain, konsumen sama sekali tidak memahami proses yang dilakukan oleh pelaku usaha. Sehingga posisi konsumen lebih lemah dibanding pelaku usaha. Oleh karena itu, konsumen perlu mendapat advokasi, perlindungan, serta upaya penyelesaian sengketa secara patut.

- 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen

Konsumen berhak mendapatkan pembinaan dan pendidikan mengenai mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang baik. Produsen pelaku usaha wajib memberi informasi yang benar dan mendidik sehingga konsumen makin dewasa bertindak dalam memenuhi kebutuhannya, bukan sebaliknya mengeksploitasi kelemahan-kelemahan konsumen terutama wanita dan anak-anak.

- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif

Sudah merupakan hak asasi manusia untuk diperlakukan sama. Pelaku usaha harus memberikan pelayanan yang sama kepada semua konsumennya, tanpa memandang perbedaan ideologi, agama, suku, kekayaan, maupun status sosial.

- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya

Hak atas ganti kerugian dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak akibat adanya penggunaan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen. Untuk merealisasikan hak ini tentu saja harus melalui prosedur tertentu, baik yang diselesaikan secara damai (diluar pengadilan) maupun yang diselesaikan melalui pengadilan.

- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya

Sesuai dengan kedudukannya sebagai konsumen berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Adanya ketentuan ini membuka kemungkinan berkembangnya pemikiran tentang hak-hak baru dari konsumen di masa yang akan datang, sesuai dengan perkembangan zaman.

b. Kewajiban Konsumen

Menurut Pasal 5 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kewajiban konsumen adalah :

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; dan
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Selanjutnya masing-masing kewajiban konsumen tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :⁴³

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan

Adapun kewajiban konsumen membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan merupakan hal penting mendapat pengaturan. Adapun pentingnya kewajiban ini karena sering pelaku usaha menyampaikan peringatan secara

⁴³ Ahmadi Miru, Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 48-49.

jelas pada label suatu produk, namun konsumen tidak membaca peringatan yang telah disampaikan kepadanya.

- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa

Menyangkut kewajiban konsumen beritikad baik hanya tertuju pada transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen. Berbeda dengan pelaku usaha kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barangdirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha).

- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati

Kewajiban konsumen membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati dengan pelaku usaha, adalah hal yang sudah biasa dan sudah semestinya demikian.

- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut

Kewajiban lain yang perlu mendapat penjelesan lebih lanjut adalah kewajiban mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Kewajiban ini dianggap sebagai hal baru, sebab sebelum diundangkannya UUPK hampir tidak dirasakan adanya kewajiban secara khusus seperti ini dalam perkara perdata, sementara dalam kasus pidana tersangka/terdakwa

lebih banyak dikendalikan oleh aparat kepolisian dan/atau kejaksaan. Adanya kewajiban seperti ini diatur dalam UUPK dianggap tepat, sebab kewajiban ini adalah untuk mengimbangi hak konsumen untuk mendapatkan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

3. Pengertian Pelaku Usaha

Janus Sidalabok, menyatakan bahwa :⁴⁴

“Produsen-pelaku usaha diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan/atau jasa. Dalam pengertian ini, termasuk di dalamnya pembuat, grosir, dan pengecer. Produsen tidak hanya diartikan sebagai pelaku usaha pembuat/pabrik yang menghasilkan produk saja, tetapi juga mereka yang terkait dengan penyampaian/peredaran produk hingga sampai ke tangan konsumen.”

Dalam konteks perlindungan konsumen, produsen-pelaku usaha diartikan secara luas. Sebagai contoh, dalam hubungannya dengan produk makanan hasil industri (pangan olahan), maka produsennya adalah mereka yang terkait dalam proses pengadaan makanan hasil industri (pangan olahan) itu hingga sampai ke tangan konsumen. Mereka itu adalah pabrik (pembuat), distributor, eksportir, importer, dan pengecer.

Pasal 1 angka 3 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan 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

⁴⁴ Janus Sidalabok, *Op.Cit.*, hlm. 13.

maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

4. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

a. Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 7 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kewajiban pelaku usaha adalah :

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

Selanjutnya masing-masing kewajiban pelaku usaha tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1) Beritikad baik

Kewajiban beritikad baik berarti produsen-pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya wajib melakukannya dengan itikad baik, yaitu secara berhati-hati, mematuhi dengan aturan-aturan, serta dengan penuh tanggung jawab.

2) Memberi informasi

Kewajiban memberi informasi berarti produsen-pelaku usaha wajib memberi informasi kepada masyarakat konsumen atas produk dan segala hal sesuai mengenai produk yang dibutuhkan konsumen. Informasi itu adalah informasi yang benar, jelas, dan jujur.

3) Melayani dengan cara yang sama

Kewajiban melayani berarti produsen-pelaku usaha wajib memberi pelayanan kepada konsumen secara benar dan jujur serta tidak membedakan cara ataupun kualitas pelayanan secara diskriminatif.

4) Memberikan kesempatan mencoba

Kewajiban memberi kesempatan berarti produsen-pelaku usaha wajib memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba produk tertentu sebelum konsumen memutuskan membeli atau tidak membeli, dengan maksud agar konsumen

memperoleh keyakinan akan kesesuaian produk dengan kebutuhannya.

5) Memberi kompensasi

Kewajiban memberi kompensasi berarti produsen-pelaku usaha wajib memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian kerugian akibat tidak atau kurang bergunanya produk untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan fungsinya dan karena tidak sesuainya produk yang diterima dengan yang diperjanjikan.

b. Hak Pelaku Usaha

Hak-hak pelaku usaha sebagaimana diatur didalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, 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; dan

5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

c. Larangan Bagi Pelaku Usaha

Menurut Pasal 8 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, larangan bagi pelaku usaha adalah :

1) Larangan sehubungan dengan memproduksi dan memperdagangkan barang dan/ atau jasa

a) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :

(1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;

(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 kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atau barang tertentu;
 - (8) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan label; dan
 - (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.
- b) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud;
 - c) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberi informasi secara lengkap dan benar; dan

- d) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

D. Perusahaan

1. Pengertian Perusahaan

R. Soekardono, menyatakan bahwa :⁴⁵

“Istilah perusahaan merupakan istilah yang menggantikan istilah pedagang sebagaimana diatur dalam Pasal 2 s/d 5 WvK lama. Istilah perusahaan yang menggantikan istilah pedagang mempunyai arti yang lebih luas.”

Banyak orang dahulu menjalankan perusahaan dalam pengertian menurut S. 1938 No. 276, tetapi tidak termasuk dalam pengertian pedagang menurut Pasal 2 KUHD lama.

Berbagai sarjana mengemukakan pengertian tentang perusahaan, seperti Molengraaff, sebagaimana dikutip R. Soekardono, menyatakan bahwa :⁴⁶

“Perusahaan adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus-menerus, bertindak ke luar untuk memperoleh penghasilan, dengan cara memeperniagakan/memperdagangkan, menyerahkan barang atau mengadakan perjanjian perdagangan.”

Perusahaan, menurut pembentuk Undang-Undang adalah perbuatan yang dilakukan secara tidak terputus-putus, terang-terangan, dalam kedudukan tertentu dan untuk mencari laba. Kegiatan yang dilakukan

⁴⁵ R. Soekardono, *Hukum Dagang Indonesia*, Jilid I (bagian pertama), Dian Rakyat, Jakarta, 1983, hlm. 19.

⁴⁶ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002, hlm. 7.

dengan maksud untuk mencari keuntungan tersebut termasuk kegiatan ekonomi.

Rumusan-rumusan definisi perusahaan di atas diperkuat oleh banyak ahli di bidang Hukum Dagang atau Hukum Bisnis, seperti Sri Redjeki Hartono yang menyatakan bahwa kegiatan ekonomi pada hakekatnya adalah kegiatan menjalankan perusahaan, yaitu suatu kegiatan yang mengandung pengertian bahwa kegiatan yang dimaksud harus dilakukan⁴⁷.

- a. Secara terus menerus dalam pengertian tidak terputus-putus;
- b. Secara terang-terangan dalam pengertian sah (bukan illegal); dan
- c. Kegiatan tersebut dilakukan dalam rangka memperoleh keuntungan, baik untuk diri sendiri atau orang lain.

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan memberi definisi perusahaan sebagai berikut :

“Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dan didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah negara Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba.”

Definisi tersebut jika dibandingkan dengan definisi yang dikemukakan oleh Molengraaff dan Polak dapat dikatakan lebih sempurna, karena dalam definisi tersebut terdapat tambahan adanya bentuk usaha (badan usaha) yang menjalankan jenis usaha (kegiatan dalam bidang perekonomian), sedangkan unsur-unsur lain terpenuhi juga.

⁴⁷ Sri Redjeki Hartono, *Kapita Selekta Hukum Ekonomi*, PT Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 4.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan dalam Pasal 1 Angka 1 dijelaskan bahwa :

“Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan memperoleh keuntungan dan atau laba, baik yang diselenggarakan oleh orang perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia.”

Definisi-definisi tentang perusahaan di atas agak berbeda dengan definisi yang diberikan dalam beberapa undang-undang, seperti dalam Undang-Undang tentang Ketenagakerjaan dan Undang-Undang tentang Jaminan Sosial Tenaga Kerja. Perbedaan terletak pada tujuannya, yaitu bahwa dalam kedua undangundang tersebut perusahaan tidak mesti harus mencari keuntungan tetapi juga termasuk yang bertujuan dalam bidang sosial.

2. Tanggung Jawab Perusahaan

Abdul Aziz, menyatakan bahwa :⁴⁸

“Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (selanjutnya akan di singkat CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.”

Secara umum, tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban untuk mengambil tindakan yang melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan serta kepentingan organisasi.

⁴⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 208.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development*

(WBCSD) dinyatakan bahwa :⁴⁹

“*Corporate Social Responsibility* adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas-komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.”

Tanggung jawab sosial perusahaan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu konsep yang mewajibkan perusahaan untuk memenuhi dan memperhatikan kepentingan para *stakeholder* dalam kegiatan operasinya mencari keuntungan. *Stakeholder* yang di maksud diantaranya adalah para *share holder*, karyawan (buruh), *customer*, komunitas lokal, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM) dan lain sebagainya.

E. Periklanan

1. Pengertian Iklan

Renald Kasali, menyatakan bahwa :⁵⁰

“Dalam memasarkan suatu barang atau jasa, perusahaan memerlukan suatu usaha promosi yaitu iklan. Tujuan iklan adalah untuk memperkenalkan, mengingatkan dan mempengaruhi publik agar mau membeli barang dan jasa yang di tawarkan perusahaan. Tanpa usaha promosi melalui iklan, perusahaan tidak dapat secara maksimal memperkenalkan, mengingatkan dan mempengaruhi publik untuk membeli barang atau jasanya.”

⁴⁹ Bambang Rudito & Melia Famiola, *CSR (Corporate Social Responsibility)*, Rekayasa Sains, Bandung, 2013, hlm. 106.

⁵⁰ Renald Kasali, *Manajemen Periklanan*, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta, 1995, hlm. 3.

Dari pengertian iklan tersebut dapat disimpulkan bahwa iklan dibuat dengan tujuan untuk menarik perhatian dan mendorong atau membujuk pembaca iklan agar memiliki atau memenuhi permintaan pemasang iklan.

Durianto yang menyatakan bahwa :⁵¹

“Pengertian iklan adalah merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau menggiring orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan..”

Dimana iklan adalah sebuah seni dari persuasi dan dapat didefinisikan sebagai desain komunikasi yang dibiayai untuk menginformasikan dan atau membujuk. Berdasarkan pendapat para ahli atau pakar tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa iklan adalah salah satu jenis teknik komunikasi massa dengan membayar ruangan atau waktu untuk menyiarkan informasi tentang barang atau jasa yang ditawarkan oleh si pemasang iklan.

2. Peranan Iklan

Menurut pandangan Ratna Novianti, iklan televisi mengambil peran penting, dalam :⁵²

- a. Membangun dan mengembangkan citra positif bagi suatu perusahaan dan produk yang dihasilkan, melalui proses sosialisasi yang terencana dan tertata dengan baik;

⁵¹ Durianto, *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*, PT. Gramedia Pustaka, Jakarta, 2003, hlm. 7.

⁵² Ratna Novianti, *Jalan Tengah Memahami Iklan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2002, hlm. 82.

- b. Membentuk publik opini yang positif terhadap perusahaan atau produk tersebut;
- c. Mengembangkan kepercayaan masyarakat terhadap produk konsumsi dan perusahaan yang memproduksinya;
- d. Menjalin komunikasi secara efektif dan efisien dengan masyarakat luas, sehingga dapat terbentuk pemahaman dan pengertian yang sama terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan pada masyarakat oleh perusahaan tersebut. Mengembangkan alih pengetahuan tentang suatu perusahaan yang memungkinkan masyarakat memiliki simpati, empati, dan bahkan dalam kaitanya dengan kegiatan *go public* merasa ikut memilikinya.

3. Pengaturan Periklanan di Indonesia

Pers berdasarkan Pasal 1 butir 1 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang PERS (untuk selanjutnya disebut UU Pers) merupakan lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia.

Dalam hal ini peran pers untuk memenuhi pengetahuan kebutuhan konsumen salah satunya adalah melalui iklan. Namun iklan tersebut harus diberikan kepada konsumen secara tepat, akurat dan benar.

Perusahaan iklan oleh UU Pers dilarang untuk :

- a. Memuat iklan yang dapat merendahkan martabat suatu agama dan/atau kerukunan hidup antar umat beragama serta bertentangan dengan rasa kesusilaan masyarakat;
- b. Memuat iklan minuman keras, narkotika, psikotropika dan zat aditif lainnya tidak sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku; dan
- c. Memuat iklan dengan peragaan rokok dan/atau penggunaan rokok.

Periklanan dapat dilakukan salah satunya melalui penyiaran, yang terorganisir dalam suatu lembaga penyiaran. Penyiaran menurut Pasal 1 butir 1 Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang Penyiaran (untuk selanjutnya disebut UU Penyiaran) adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan gelombang elektromagnetik, kabel, serat optik dan/atau media lainnya untuk dapat diterima oleh masyarakat dengan pesawat penerima siaran radio dan/atau pesawat penerima siaran televisi atau perangkat elektronik lainnya dengan atau tanpa alat bantu.

Sedangkan pengertian siaran menurut Pasal 1 butir 2 UU Penyiaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis dan karakter lainnya yang dapat diterima melalui pesawat penerima siaran radio, televisi atau perangkat elektronik lainnya, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, dengan atau tanpa alat bantu. Fungsi dari penyiaran bagi konsumen adalah sebagai

media informasi dan penerangan, pendidikan dan hiburan, yang dapat memperkuat bidang-bidang kehidupan dalam masyarakat, yaitu ideologi, politik, ekonomi, sosial dan budaya serta pertahanan dan keamanan.

Pengertian pangan berdasarkan Pasal 1 butir 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan (untuk selanjutnya disebut UU Pangan) adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai makanan dan minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan dan/atau pembuatan makanan atau minuman. Sedangkan pengertian label pangan berdasarkan Pasal 1 butir 15 UU Pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan dalam pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan. Dan pengertian iklan pangan berdasarkan Pasal 1 butir 16 UU Pangan adalah setiap keterangan atau pernyataan mengenai pangan dalam bentuk gambar, tulisan atau bentuk lain yang dilakukan dengan berbagai cara untuk pemasaran atau perdagangan pangan.