



## STANDARISASI PRODUK SEBAGAI WUJUD PERLINDUNGAN KONSUMEN SERTA KETERKAITAN HUKUM ANTARA PELAKU USAHA

Eril<sup>1</sup>, Andi Muh. Taqiyuddin BN<sup>2</sup>, Friska Amelia Arale<sup>3</sup>, Haeruddin<sup>4</sup>, Fadly<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai

<sup>2</sup> STAI Al-Azhar Gowa

<sup>3</sup> Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai

<sup>4</sup> STAI DDI Maros

<sup>5</sup> Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai

✉ corresponding author email: erilcudding@gmail.com

Received: 12/05/2024

Accepted: 06/06/2024

Published: 29/06/2024

### Abstract

*This research aims to find out the dynamics that often occur between business actors and consumers. The motive of this research is the unclear legal relationship between entrepreneurs and consumers, therefore the purpose of this research is to examine and find out when the legal relationship between entrepreneurs and consumers occurs. The research method used in this research is a descriptive qualitative method. The legal relationship between traders and consumers occurs when traders make promises and all information relating to the goods and/or services offered to consumers when offering advertisements, brochures or campaigns. Not infrequently a product that is circulated is not in accordance with the standardization of the product that should be.*

**Keywords:** *Standardization; Costumer Protection Law; Business*

### Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dinamika yang sering terjadi antara pelaku usaha dan juga konsumen. Motif penelitian ini adalah ketidakjelasan hubungan hukum antara pengusaha dan konsumen, oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan mengetahui kapan terjadinya hubungan hukum antara pengusaha dan konsumen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah metode kualitatif yang bersifat descriptive. Hubungan hukum antara pedagang dan konsumen terjadi pada saat pedagang memberikan janji dan segala keterangan yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada*

*konsumen pada saat menawarkan iklan, brosur atau kampanye. Tak jarang pula suatu produk yang diedarkan tidak sesuai dengan standarisasi produk yang seharusnya.*

**Keywords:** *Standarisasi; Hukum Perlindungan Konsumen; Pelaku Usaha*

---

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan perekonomian Indonesia khususnya di bidang perdagangan telah menghasilkan banyak barang atau jasa yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Para pelaku bisnis menawarkan berbagai metode pemasaran produk yang bervariasi/ Pemasaran promosi di media cetak dan elektronik, dengan sistem brosur jalanan atau majalah, jasa promotion girl atau promotion boy, dan lain sebagainya.<sup>1</sup>

Produk yang ditawarkan kepada konsumen terkadang tidak sesuai dengan apa yang diiklankan oleh pengusaha sehingga dapat merugikan konsumen. Dalam hal ini, konsumen dapat melaksanakan perangkat hukum termasuk negosiasi dan merujuknya ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Namun, sangat jarang konsumen merujuk ke BPSK karena dianggap rumit, memakan waktu, dan mahal.<sup>2</sup> Sebaliknya, pengusaha dapat membela diri dengan kenyataan bahwa prospektus, iklan, iklan yang ditawarkan kepada konsumen tidak mengikat secara hukum, karena dipandang sebagai perjanjian pra

---

<sup>1</sup>Alfina Maharani and Adnand Darya Dzikra, "Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review)," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, no. 6 (2021): 659–66.

<sup>2</sup>Masri Sunusi, "Aspek Hukum Perlindungan Konsumen E-Commerce," *Al Daulah: Jurnal Hukum Pidana dan Ketatanegaraan* 2, no. 1 (2013): 97–104.

kontrak yang tidak ada hubungan hukum antara para pihak, karena hubungan tersebut hanya muncul ketika beberapa pihak. Disini ada ketidakjelasan asal usul hubungan hukum tersebut, apakah dimulai saat pengusaha mempromosikan produknya? Atau saat menandatangani kontrak.

Secara umum Konsumen adalah orang yang menghabiskan produk (barang/jasa), dalam artian menggunakan produk (barang/Jasa). Sedangkan pelaku usaha adalah orang yang menyediakan produk (barang/jasa). Dalam hal produk, disini penting dikupas terkait tentang standarisasi sebuah produk sebagai wujud hukum perlindungan konsumen. Serta standar apa yang harus dipenuhi seorang pelaku usaha agar dapat memasarkan produknya.<sup>3</sup>

Adapun kajian penelitian terdahulu penulis dapatkan adalah sebagai berikut:

1. Joshua Renaldo (2020), dalam penelitiannya yang berjudul pengaturan standar atas produk rokok sebagai wujud implementasi Undang-undang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini bertujuan mengindetifikasi standarisasi setiap produk rokok. Mengingat tujuan UU Perlindungan konsumen adalah melindungi setiap konsumen yang ada di Indonesia.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>T Hani Handoko and Basu Swasta, "Perilaku Konsumen," *Yogyakarta: Bpfe* 8 (2008): hlm. 162–73.

<sup>4</sup>Joshua Renaldo, "Pengaturan Standar Atas Produk Rokok Sebagai Wujud Implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Jurnal Education and Development* 8, no. 2 (2020): 147.

2. Dewa Gede Ari Yudha brahmata dan Anak Agung Sri Utari (2016), dalam penelitiannya yang berjudul Hubungan Antara Pelaku Usaha dengan Konsumen. Dalam penelitian ini menunjukkan terjadinya Hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen adalah pada saat pelaku usaha memberikan janji-janji dan segala informasi yang berkaitan dengan barang dan/jasa yang ditawarkan kepada konsumen pada saat memberikan iklan, brosur, ataupun promosi.<sup>5</sup>

3. Louis Yullius (2013), dalam penelitiannya yang berjudul Tanggung Jawab pelaku Usaha Atas Produk yang Merugikan Konsumen. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa tanggung jawab pelaku usaha dalam masyarakat sekarang ini sangat diperlukan dengan adanya Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.<sup>6</sup>

4. Aulia Muthiah (2016), dalam penelitiannya yang berjudul Tanggung Jawab Pelaku Usaha kepada Konsumen Tentang Keamanan Pangan dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. Dalam penelitian ini mengatakan bahwa tanggung jawab pelaku terhadap konsumen tentang keamanan pangan adalah dengan cara melakukan tuntutan terhadap pelaku usaha pangan yang memproduksi dan menjual pangan yang berbahaya yaitu dengan cara membuktikan kesalahan atau dengan cara

---

<sup>5</sup>Dewa Gede Ari Yudha Brahmanta and Anak Agung Sri Utari, "Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha Dengan Konsumen," *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Udayana* (2016).

<sup>6</sup>Louis Yulius, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Produk Yang Merugikan Konsumen," *Lex Privatum* 1, no. 3 (2013).

membebaskan resiko kesalahan terhadap pelaku usaha dengan menggunakan prinsip tanggung jawab mutlak.<sup>7</sup>

Kehadiran Konsumen dan pelaku usaha sangat penting sebagai unsur utama hukum perlindungan konsumen. Baik konsumen maupun pelaku usaha memiliki hak dan kewajibannya masing-masing. Hak apa yang akan diterima oleh konsumen dan pelaku usaha dan kewajiban apa yang harus dipenuhi oleh konsumen dan pelaku usaha.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang dirancang dalam penelitian kali ini adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Jenis penelitian ini lebih mengutamakan penelitian dengan mengamati fenomena dan meneliti substansi makna dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan. Pemberian penilaian yang didasarkan pada alasan-alasan yang bersifat penalaran hukum.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Definisi Konsumen**

Istilah konsumen sudah tidak asing lagi, konsumen berasal dari terjemahan kata konsumen, kata konsumen secara harfiah berarti (kebalikan dari produsen) siapa saja yang menggunakan barang. Demikian pula kamus Inggris-Indonesia memberikan arti kata konsumen sebagai pemakai atau konsumen. Kamus Umum

---

<sup>7</sup>Aulia Muthiah, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Kepada Konsumen Tentang Keamanan Pangan Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen," *Dialogia Iuridica* 7, no. 2 (2016): 1–23.

Indonesia mendefinisikan konsumen sebagai lawan kata dari produsen, yaitu pengguna produk manufaktur, makanan, dan lain-lain.<sup>8</sup> Kamus Bahasa Inggris Bisnis mendefinisikan konsumen sebagai orang atau perusahaan yang membeli dan menggunakan barang dan jasa”.<sup>9</sup>

Menurut Hornby, konsumen merupakan "seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa. Seseorang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu.<sup>10</sup> Sesuatu atau seseorang yang menggunakan persediaan atau beberapa barang, sehubungan dengan setiap orang yang menggunakan barang atau jasa tersebut.

Inosentius Samsul menyatakan bahwa konsumen ialah pengguna atau pemakai akhir suatu produk, baik sebagai pembeli maupun melalui sarana lain seperti hadiah, hadiah dan hiburan.<sup>11</sup> Mariam Darus Badrul Zaman mendefinisikan konsumen dengan mengadopsi makna yang digunakan dalam sastra Belanda, yaitu: “Semua orang yang menggunakan barang dan jasa secara konkret dan nyata”.<sup>12</sup>

UUPK Pasal 1 Ayat 2 menegaskan bahwa konsumen adalah semua pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat

---

<sup>8</sup>Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Sinar Grafika, 2022).

<sup>9</sup>S Hi Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Prenada Media, 2017).

<sup>10</sup>M Soleh Mauludin et al., “Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Jasa Gojek,” *SALIMIYA: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam* 3, no. 1 (2022): 123–41.

<sup>11</sup>Debby Flora Siahaan, “Perlindungan Nasabah Kartu Kredit Pada Bank Mandiri Cabang Medan Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999,” 2019.

<sup>12</sup>Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*.

untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarganya, orang lain dan makhluk hidup lain dan bukan untuk usaha.<sup>13</sup> Dalam UUPK, pengertian konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang dan jasa sebagai konsumen akhir, yaitu pengguna akhir atau penerima manfaat produk. Jadi UUPK hanya melindungi konsumen dalam konsumen akhir, sedangkan konsumen perantara/pengecer/pedagang berdasarkan aturan UUPK tidak mendapat perlindungan apapun karena bukan konsumen akhir.<sup>14</sup>

Berdasarkan Pasal 1 Ayat 2 UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, pengertian konsumen memiliki unsur-unsur yang saling berkaitan sebagai berikut:

a. Setiap Orang

Konsumen adalah orang yang kedudukannya sebagai pemakai barang dan jasa atau jasa. Istilah orang menimbulkan keraguan apakah pada umumnya hanya orang perseorangan saja yang disebut sebagai orang perseorangan atau apakah termasuk juga badan hukum (legal person). Namun, konsumen juga harus memiliki arti yang lebih luas dari badan hukum.

b. Pemakai

Menurut penjelasan Pasal 1 Ayat (2) UUPK, pengguna

---

<sup>13</sup>Denico Doly, "Upaya Penguatan Perlindungan Konsumen Di Indonesia Terkait Dengan Klausula Baku (Strengthening Consumer Protection Efforts in Indonesia with Relevant Clause of Standard)," *Negara Hukum: Membangun Hukum Untuk Keadilan Dan Kesejahteraan* 3, no. 1 (2016): 41–58.

<sup>14</sup>Agus Suwandono, "Implikasi Pemberlakuan Undang-Undang Otoritas Jasa Keuangan Terhadap Perlindungan Konsumen Jasa Keuangan Dikaitkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Perspektif: Kajian Masalah Hukum Dan Pembangunan* 21, no. 1 (2016): 1–10.

menegaskan bahwa konsumen adalah konsumen akhir. Dalam hal ini, penggunaan istilah pengguna dalam peraturan ini adalah tepat, mengingat barang dan/atau jasa yang digunakan belum tentu merupakan hasil transaksi jual beli. Dengan kata lain, konsumen tidak selalu harus tampil dengan membayar uang untuk membeli barang dan/atau jasa.

c. Barang dan atau jasa.

Sehubungan dengan istilah barang dan/atau jasa, digunakan kata produk sebagai pengganti terminologi. Produk saat ini berarti barang atau jasa. Awalnya, kata produk hanya mengacu pada definisi barang. UUPK mendefinisikan barang sebagai setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, bergerak dan tidak bergerak, serta dapat dihabiskan dan tidak dapat dihabiskan, yang dengannyakonsumen dapat memperdagangkan, menggunakan, memanfaatkan, atau mengeksploitasi. Layanan, di sisi lain, adalah layanan apa pun dalam bentuk pekerjaan atau presentasi yang ditawarkan kepada publik untuk dikonsumsi oleh konsumen.

d. Yang Tersedia dalam Masyarakat.

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat harus tersedia di pasar. Dalam bisnis dewasa ini yang semakin kompleks, masyarakat konsumen tidak lagi menuntut persyaratan tersebut. Misalnya, pembangun rumah (developer) cenderung berbisnis sebelum bangunan selesai dibangun. Bahkan, untuk jenis perdagangan konsumen tertentu, seperti future trading perdagangan berjangka. Keberadaan barang yang diperjualbelikan tidak berada di depan.



e. Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lain.

Transaksi konsumen adalah untuk keuntungan pribadi, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lainnya. Unsur-unsur yang ditempatkan dalam definisi tersebut bertujuan untuk memperluas makna kepentingan. Kepentingan ini berlaku tidak hanya terhadap diri sendiri dan keluarganya, tetapi juga terhadap barang dan/atau jasa yang diperuntukkan bagi orang lain atau di luar dirinya dan keluarganya, bahkan terhadap makhluk hidup lainnya seperti hewan dan tumbuhan.

f. Barang dan atau Jasa itu tidak untuk diperdagangkan.

UUPK menekankan pengertian konsumen, yaitu hanya konsumen akhir. Batasan ini sering digunakan dalam peraturan perlindungan konsumen di berbagai negara. Hal ini cukup baik untuk mempersempit pemahaman konsumen, meskipun pada kenyataannya batasan tersebut sulit untuk ditarik.<sup>15</sup>

Jadi, dapat dikatakan bahwa setiap orang adalah konsumen karena mereka membutuhkan barang dan jasa untuk mendukung atau mengurus kehidupan, keluarga atau harta benda mereka sendiri. Ada dua jenis konsumen dalam bisnis, yaitu konsumen perantara dan konsumen akhir. Konsumen perantara adalah pedagang, perantara, dan pengecer. Mereka membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan tetapi diperdagangkan. Pemakai

---

<sup>15</sup>Abdul Atsar and Rani Apriani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen* (Deepublish, 2019).

barang adalah konsumen akhir, konsumen berarti konsumen akhir dalam UUPK. Hal ini karena konsumen akhir tidak membeli barang dan/atau jasa untuk dijual kembali, tetapi untuk digunakan dan bermanfaat bagi diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya. Konsumen mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam kegiatan jual beli, yang juga merupakan faktor penting kelancaran dunia usaha bagi pengusaha, karena konsumenlah yang mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh pengusaha tanpa menukarnya dengan pengusaha.<sup>16</sup> Bisnis konsumen, yang membawa manfaat bagi pengusaha, perusahaan dalam hal kelangsungan usaha. Sebagai pengguna barang dan/atau jasa, konsumen memiliki beberapa hak dan kewajiban. Pengetahuan tentang hak-hak konsumen sangat penting untuk dapat berperan sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Tujuannya agar konsumen tetap dapat menindaknya apabila terjadi persidangan yang tidak adil. Untuk memperjuangkan hak mereka. Dengan kata lain, konsumen tidak tinggal diam ketika menyadari bahwa pedagang telah melanggar haknya. Oleh karena itu, pemerintah mengupayakan perlindungan hukum untuk menjamin kepastian hukum bagi konsumen melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku yaitu Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999.

## **2. Definisi Pelaku Usaha**

Wirausaha (pelaku usaha) sering diartikan sebagai pengusaha

---

<sup>16</sup>Tri Joko Utomo, "Fungsi Dan Peran Bisnis Ritel Dalam Saluran Pemasaran," *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi* 4, no. 1 (2009).

yang menghasilkan barang dan jasa. Definisi ini termasuk produsen, grosir, pemasok dan pengecer komersial, yaitu setiap orang atau badan yang terlibat dalam penyediaan barang dan jasa kepada konsumen. Profesionalitas merupakan syarat mutlak bagi produsen untuk bertanggung jawab.<sup>17</sup>

Pentingnya pengusaha membuat lebih mudah bagi konsumen untuk mengklaim kerusakan. Konsumen yang dirugikan akibat penggunaan produk tidak akan kesulitan untuk mengetahui siapa yang digugat, karena dapat digugat oleh beberapa pihak, namun akan lebih baik lagi jika UUPK memberikan informasi sesuai Direktif (Instruksi) untuk negara-negara UE) sehingga konsumen sekali lagi dapat lebih mudah memutuskan siapa yang akan menuntut jika penggunaan produk merugikan mereka.<sup>18</sup>

Penting agar pengusaha memberikan kemudahan bagi konsumen untuk menuntut ganti rugi. Bagi konsumen yang dirugikan atas penggunaan produk tersebut tidak sulit untuk mengetahui siapa yang digugat, karena dapat digugat oleh beberapa pihak<sup>19</sup>, namun akan lebih baik lagi jika EUPK memberikan informasi sesuai Direktif (Instruksi) untuk negara-negara UE sehingga konsumen sekali lagi dapat lebih mudah

---

<sup>17</sup>Sidabalok Janus, "Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia," *Bandung: Citra Aditya Bakti*, 2010.

<sup>18</sup>Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen* (Nusamedia, 2019).

<sup>19</sup>Yuda Pratama, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Atas Pemanfaatan Instagram Dalam Transaksi Online Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Jo. Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik" (Fakultas Hukum Universitas Pasundan, 2020).

memutuskan siapa yang akan menuntut jika penggunaan produk merugikan mereka.

“Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama, melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi”.<sup>20</sup>

Menurut unsur-unsur definisi pelaku usaha adalah sebagai berikut:<sup>21</sup>

a. Bentuk atau wujud dari pelaku usaha:

- 1) Orang perorangan, yaitu setiap individu yang melakukan kegiatan usahanya secara seorang diri..
- 2) Badan usaha, yaitu kumpulan individu yang secara bersama. sama melakukan kegiatan usaha. Selanjutnya badan usaha dikelompokkan ke dalam dua kategori, yaitu badan hukum yang menurut hukum merupakan badan usaha yang dapat dikelompokkan ke dalam kategori badan hukum adalah yayasan, perseroan terbatas dan koperasi. Kemudian, badan usaha yang bukan badan hukum dapat dikelompokkan ke dalam kategori seperti firma atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha secara insidental.

---

<sup>20</sup>Irma Ambarini Darmawan, Isis Ikhwanisyah, and Pupung Faisal, “Cross-Border Business Competition: Keabsahan Dan Hambatan Penerapan Prinsip Ekstrateritorial Dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia,” *Jurnal Bina Mulia Hukum* 3, no. 1 (2018): 113–26.

<sup>21</sup>Hizkia Oliver Hutagalung, “*Problematika Ruang Lingkup Pengertian Pelaku Usaha Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999*” (Universitas Airlangga, 2014).

- 3) Badan usaha tersebut harus memenuhi kriteria yakni, didirikan dan berkedudukan di wilayah hukum Negara Republik Indonesia, melakukan kegiatan di wilayah hukum Negara Republik Indonesia.
- b. Kegiatan usaha tersebut harus didasarkan pada perjanjian.
  - c. Menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi, bukan hanya pada bidang produksi.
  - d. Orang perseorangan, yaitu orang ada yang mengelola usahanya sendiri.
  - e. Badan usaha, yaitu. sekelompok orang yang bekerja sama. untuk melakukan bisnis Selain itu, pedagang dibagi menjadi dua kategori yaitu badan hukum yang merupakan bisnis berdasarkan hukum yang dikelompokkan dalam kategori badan hukum yaitu. yayasan, perseroan terbatas dan koperasi. Kemudian unit usaha yang tidak berbadan hukum dapat dibedakan menjadi beberapa kategori seperti: Perusahaan atau kelompok orang yang terkadang melakukan usaha.
  - f. Badan usaha harus memenuhi kriteria, yaitu. Indovebi berbadan hukum dan berkedudukan di wilayah negara Republik Indonesia dan melakukan usaha di wilayah negara Republik Indonesia.
  - g. Transaksi harus berdasarkan kontrak.
  - h. Melakukan bisnis di berbagai sektor, bukan hanya manufaktur.

### 3. Hak dan Kewajiban Konsumen

Konsumen mempunyai hak dan kewajiban, seperti yang disebutksn dalam Pasal 4 dan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.<sup>22</sup> Dalam Pasal 4 tentang hak konsumen antara lain sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan dan keamanan berarti konsumen berhak atas produk yang nyaman dan aman. Oleh karena itu, konsumen harus dilindungi dari segala bahaya yang mengancam kesehatan, jiwa dan harta benda mereka melalui penggunaan atau konsumsi produk tersebut. Dengan demikian, setiap produk baik dari segi komposisi material, struktur maupun kualitasnya harus bertujuan untuk meningkatkan rasa nyaman dan aman konsumen.
- b. Hak untuk memilih, berarti produk yang tidak diinginkan yang merugikan dan dapat merugikan konsumen. Oleh karena itu pemasar harus memasang label produk agar konsumen dapat mengetahui apakah mengandung faktor-faktor yang dapat membahayakan keselamatan dirinya, atau menjelaskan produk secara lengkap sehingga konsumen dapat memutuskan apakah produk tersebut cocok untuk mereka.
- c. Hak atas informasi yang benar berarti bahwa pengusaha harus bertindak jujur sehubungan dengan produksi ketika mereka memberikan informasi untuk memungkinkan konsumen memilih produk terbaik untuk mereka atau

---

<sup>22</sup>Atsar and Apriani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*.

menipu konsumen. Oleh karena itu, penggunaan sumber informasi oleh perusahaan, begitu juga dengan periklanan, adalah tepat dan edukatif, agar konsumen dapat bertindak sesuai dengan kebutuhannya, bukan sebaliknya, memanfaatkan kelemahan konsumen, khususnya perempuan dan anak-anak.

- d. Hak atas perlakuan yang adil dan adil, artinya dalam menggunakan jasa, konsumen berhak diperlakukan secara adil dan jujur serta tidak mendiskriminasikan konsumen lain tanpa diskriminasi karena ukuran, mis. suku bangsa, agama, budaya, daerah, wilayah, asal atau tempat tinggal, pendidikan, status ekonomi dan status sosial lainnya.
- e. Hak atas Kompensasi dan Kompensasi. Artinya konsumen apabila merasa dirugikan atau kecewa karena produk yang dikonsumsi atau digunakan tidak sesuai dengan informasi yang diterima, berhak mendapatkan ganti rugi atas kerusakan yang terjadi setelah mengkonsumsi produk atau jika produk tidak sesuai.
- f. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lain, artinya konsumen mempunyai hak-hak lain sesuai dengan status konsumennya berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Regulasi ini memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengembangkan pemikiran masa depan kontemporer tentang hak-hak baru. Setiap konsumen tidak hanya

memiliki hak yang diminta oleh pengusaha, tetapi juga kewajiban yang harus dipenuhi oleh pengusaha.

Kewajiban yang diatur dalam Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 adalah: membaca atau mengikuti petunjuk dan tata cara penggunaan atau penggunaan barang dan/atau jasa demi keselamatan dan keamanan.

- a. Melakukan pembelian barang dan/atau jasa dengan itikad baik.
- b. Bayar sesuai kurs yang disepakati;
- c. Berpartisipasi dalam penyelesaian hukum yang tepat atas sengketa perlindungan konsumen.

Tentunya konsumen sangat perlu mengetahui hak dan kewajibannya, apalagi bila hak konsumen tersebut jelas-jelas dilanggar. Hak-hak tersebut juga dilindungi oleh negara dengan adanya Undang- Undang Perlindungan Konsumen, sehingga konsumen tidak selalu dirugikan dan terjalin hubungan baik dengan pengusaha, dimana kedua belah pihak dapat saling menghormati hak dan kewajiban masing-masing. Hak konsumen menjadi kewajiban pengusaha dan sebaliknya kewajiban konsumen menjadi hak pengusaha.<sup>23</sup>

#### **4. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha**

Pelaku usaha juga memiliki hak dan kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 6 dan 7 Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, disebutkan bahwa hak dan

---

<sup>23</sup> Syahrudin Nawī, "Hak Dan Kewajiban Konsumen Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," *Pleno Jure* 7, no. 1 (2018): 1–8.



kewajiban pelaku usaha adalah sebagai berikut :

a. Hak pelaku usaha

- 1) hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) hak untuk melakukan 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.

b. Kewajiban pelaku usaha

- 1) Itikad baik untuk melakukan bisnis seseorang.
- 2) Berikan informasi yang akurat, jelas, dan jujur tentang syarat dan jaminan barang atau layanan, dan jelaskan cara menggunakan, memperbaiki, dan memeliharanya.
- 3) Dengan memperlakukan atau melayani konsumen secara adil, jujur dan tanpa diskriminasi, pedagang tidak boleh membedakan konsumen dalam pemberian pelayanan, pedagang tidak boleh membedakan kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen.

- 4) Menjamin mutu barang atau jasa yang dihasilkan atau dijual sesuai dengan standar mutu barang atau jasa yang berlaku.
- 5) Menawarkan kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba produk atau layanan tertentu dan menawarkan jaminan. F. Memberikan kompensasi, ganti rugi atau ganti rugi atas setiap kerugian yang timbul dari penggunaan, konsumsi dan manfaat dari barang atau jasa yang dipertukarkan.
- 6) Kompensasi, kompensasi atau penggantian jika barang atau jasa yang diterima atau digunakan tidak sesuai dengan kontrak.

## **5. Standarisasi Produk sebagai Wujud Perlindungan Konsumen**

Kebijakan dasar yang melandasi langkah strategis Pemerintah dalam melakukan pengawasan dan pengaturan produk yang beredar serta diperdagangkan di wilayah Republik Indonesia, terutama bagi kepentingan perlindungan konsumen adalah pasal 8, huruf (a) Undang-undang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan:

Larangan bagi Pelaku usaha untuk melakukan kegiatan produksi dan/atau perdagangan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan-ketentuan peraturan perundang – undangan.

Berdasarkan Tata Cara dan Tata Cara Penerbitan Sertifikat SNI dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan

Nomor 818/MPP/KEP/12/202 dan Petunjuk Penerbitan Sertifikat SNI beserta Instruksi BSN Nomor 10 adalah sebagai berikut:

- 1) Fase awal, yaitu. perusahaan meminta informasi tertulis dari Lembaga Sertifikasi Produk - Pusat Standardisasi dan Akreditasi (LSPro-PSA) melampirkan kesesuaian penerapan SMM dengan SNI 19-9001-2001 (ISO 9001-2000);
- 2) Tahap Inspeksi dan Pengujian Yaitu, tim Acecor memeriksa dokumen yang diberikan oleh perusahaan dan melakukan pemeriksaan kesesuaian dan kemudian menerapkan kesesuaian berdasarkan standar sistem mutu (SMM) yang diberikan dalam laporan koordinator sertifikasi teknis;
- 3) Fase penerimaan, yaitu. laporan pengendalian sertifikasi SMM dan sertifikasi audit atau hasil audit kemudian ditelaah untuk membuat 3 (tiga) keputusan sertifikasi, yaitu:
  - a) Penerbitan atau perpanjangan sertifikat SNI
  - b) Penundaan sertifikasi SNI
  - c) Penolakan Sertifikasi SNI

Jika perusahaan pemohon mendapatkan persetujuan maka LSPro- PSA menerbitkan sertifikat Penggunaan Tanda SNI yang diawasi secara berkala serta sewaktu-waktu (setiap 1 tahun) untuk memastikan kesesuaian yang berkelanjutan untuk persyaratan SPPT SNI. Sedangkan Pengawasan dan Pembinaan yang diatur dalam Keputusan Menperindag RI Nomor 753/MPP/Kep/11/2002,

dan Keputusan Menperindag RI 634/MPP/Kep/09/2002 mengatur tentang Standarisasi dan Pengawasan SNI serta Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan/atau Jasa yang beredar di Pasar. Sedangkan yang dimaksudkan Pengawasan Barang dan menurut Pasal 1, angka 16, Keputusan Menperindag 634/MPP/Kep/9/2002 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan Atau Jasa yang Beredar di Pasaran: "Pengawasan adalah serangkaian kegiatan yang diawali pengamatan kasat mata, pengujian, penelitian, dan survey terhadap barang atau jasa yang beredar di pasar guna memastikan kesesuaian barang dan atau jasa dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan atau jasa, pencantuman lebel, klasula baku, cara menjual, pengiklanan serta pelayanan purna jual barang dan atau jasa" . Lingkup pengawasan meliputi barang dan/atau jasa yang beredar di pasar baik yang berasal dari produksi dalam negeri maupun Luar Negeri atau impor dimana pengawasan barang dan sebagaimana dimaksud tersebut dilakukan oleh Pemerintah, Masyarakat, dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.<sup>24</sup>

## 6. Keterkaitan Hukum antara Pelaku Usaha dan Konsumen

Hubungan hukum (*rechtbetrekkingen*) adalah hubungan antara dua badan hukum atau lebih yang menyangkut hak dan kewajiban satu pihak terhadap hak dan kewajiban pihak lain.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup>Wiwik Sri Widiarty, "Perlindungan Hukum Persamaan Hak Asasi Perempuan Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia," *Jurnal Hukum To-Ra* 3, no. 3 (2017): 621–68.

<sup>25</sup>R Soeroso, "Pengantar Ilmu Hukum, Jakarta: PT," *Rajagrafindo Persada*, 2006.

Hubungan hukum antara pengusaha dengan konsumen timbul pada saat pengusaha membuat janji dan keterangan tentang barang dan/atau jasa, karena dengan demikian timbul hak dan kewajiban para pihak baik pengusaha maupun konsumen. Hubungan hukum tersebut berdasarkan Pasal 1320 dan 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer), dimana para pengusaha menyepakati apa yang mereka janjikan dalam hal janji dalam iklan atau brosur untuk memenuhi janji tersebut. sebagai undang- undang bagi para pihak yang membuatnya. Transaksi hukum antara pengusaha dan konsumen adalah transaksi barang dan jasa.

Hubungan hukum antara pedagang dan konsumen terjadi pada saat pedagang memberikan janji dan segala keterangan yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen pada saat menawarkan iklan, brosur atau kampanye.

## **KESIMPULAN**

Konsumen adalah orang yang menggunakan dan menghabiskan barang atau jasa sedangkan pelaku usaha adalah orang yang mengadakan barang atau jasa.

Berdasarkan pembahasan, ada beberapa standarisasi yang harus dipenuhi untuk untuk mengedarkan suatu barang atau jasa dan juga keterkaitan hukum antara konsumen dan pelaku terjadi ketika pelaku usaha mulai memasarkan produknya.

## **REFERENSI**

Atsar, Abdul, and Rani Apriani. *Buku Ajar Hukum Perlindungan*

- Konsumen. Deepublish, 2019.
- Barkatullah, Abdul Halim. *Hak-Hak Konsumen*. Nusamedia, 2019.
- Brahmanta, Dewa Gede Ari Yudha, and Anak Agung Sri Utari. "Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha Dengan Konsumen." *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Udayana*, 2016.
- Darmawan, Irma Ambarini, Isis Ikhwanasyah, and Pupung Faisal. "Cross-Border Business Competition: Keabsahan Dan Hambatan Penerapan Prinsip Ekstrateritorial Dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia." *Jurnal Bina Mulia Hukum* 3, No. 1 (2018): 113–26.
- Doly, Denico. "Upaya Penguatan Perlindungan Konsumen Di Indonesia Terkait Dengan Klausula Baku (Strengthening Consumer Protection Efforts in Indonesia with Relevant Clause of Standard)." *Negara Hukum: Membangun Hukum Untuk Keadilan dan Kesejahteraan* 3, no. 1 (2016): 41–58.
- Handoko, T Hani, and Basu Swasta. "Perilaku Konsumen." *Yogyakarta: Bpfe* 8 (2008): 162–73.
- Hutagalung, Hizkia Oliver. "Problematisasi Ruang Lingkup Pengertian Pelaku Usaha Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999." Universitas Airlangga, 2014.
- Janus, Sidabalok. "Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia." *Bandung: Citra Aditya Bakti*, 2010.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika, 2022.
- Maharani, Alfina, and Adnand Darya Dzikra. "Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review)." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, no. 6 (2021): 659–66.
- Mauludin, M Soleh, Dewi Ratnawati, Ninik Arianti, Melina Dwi Pryastara, and Vivi Adelia Novitawati. "Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Jasa Gojek." *SALIMIYA: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam* 3, no. 1 (2022): 123–41.
- Muthiah, Aulia. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Kepada Konsumen Tentang Keamanan Pangan Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen." *Dialogia Iuridica* 7, no. 2 (2016).
- Nawi, Syahrudin. "Hak Dan Kewajiban Konsumen Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Pleno Jure* 7, no. 1 (2018): 1–8.

- Pratama, Yuda. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Atas Pemanfaatan Instagram Dalam Transaksi Online Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Jo. Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik." Fakultas Hukum Universitas Pasundan, 2020.
- Renaldo, Joshua. "Pengaturan Standar Atas Produk Rokok Sebagai Wujud Implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Education and Development* 8, no. 2 (2020): 147.
- Siahaan, Debby Flora. "Perlindungan Nasabah Kartu Kredit Pada Bank Mandiri Cabang Medan Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999," 2019.
- Soeroso, R. "Pengantar Ilmu Hukum, Jakarta: PT." *Rajagrafindo Persada*, 2006.
- Sunusi, Masri. "Aspek Hukum Perlindungan Konsumen E-Commerce." *Al Daulah: Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan* 2, no. 1 (2013): 97–104.
- Suwandono, Agus. "Implikasi Pemberlakuan Undang-Undang Otoritas Jasa Keuangan Terhadap Perlindungan Konsumen Jasa Keuangan Dikaitkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Perspektif: Kajian Masalah Hukum Dan Pembangunan* 21, no. 1 (2016): 1–10.
- Utomo, Tri Joko. "Fungsi Dan Peran Bisnis Ritel Dalam Saluran Pemasaran." *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi* 4, no. 1 (2009).
- Widiarty, Wiwik Sri. "Perlindungan Hukum Persamaan Hak Asasi Perempuan Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia." *Jurnal Hukum To-Ra* 3, no. 3 (2017): 621–68.
- Yulius, Louis. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Produk Yang Merugikan Konsumen." *Lex Privatum* 1, no. 3 (2013).
- Zulham, S Hi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Prenada Media, 2017.