

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM PEREDARAN BARANG YANG DIPRODUKSI TIDAK SESUAI DENGAN LABEL

I Nyoman Gallan Tri Prasuta Purwanta, Ni Luh Made Mahendrawati, Ni Made Puspasutari Ujianti
Fakultas Hukum Universitas Warmadewa, Denpasar-Bali, Indonesia
galantriprasuta@gmail.com, made.mahendrawati@gmail.com, puspasutariujianti@gmail.com

Abstrak

Pertumbuhan industri barang dan jasa di satu sisi telah memberikan dampak positif, antara lain menyediakan kuantitas yang cukup dan permintaan yang lebih berkualitas, serta pilihan alternatif bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Di sisi lain, terdapat pula dampak negatif yaitu penggunaan teknologi dan dampak perilaku bisnis akibat meningkatnya persaingan yang berdampak pada komunitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pelaku usaha bertanggungjawab atas kerugian konsumen terkait barang yang tidak diproduksi sesuai dengan labelnya, dan untuk mengetahui sanksi hukum apa yang dijatuhkan kepada pelaku usaha atas pelanggaran akibat ketidaksesuaian label dan barang yang diproduksi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab pelaku komersial terkait dengan ketidaksesuaian antara label dengan barang yang diproduksi yaitu ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan konsumsi barang atau jasa. Kemudian, sanksi hukum dapat dijatuhkan untuk pelanggaran pelaku usaha, antara lain pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp 2 miliar. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawabannya atas ketidaksesuaian label dengan barang yang telah diproduksi, serta jika pelanggaran sudah terlalu merugikan konsumen maka dapat dituntut sesuai dengan hukum perundang-undangan yang berlaku.

Kata kunci: Barang dan Label, Konsumen, Perlindungan Hukum.

Abstract

In this era, the growth of the goods and services industry has had a positive impact. One of the positive impacts is providing sufficient quantity and higher quality demand, as well as there are a lot of alternative choices for consumers to meet their needs. On the other hand, there are also negative impacts, namely the use of technology and the impact of business behavior due to increased competition which has an impact on the consumer community. This study aims to determine whether business actors are responsible for consumer losses related to goods that are not produced in accordance with the label, and to find out what legal sanctions have been imposed on business actors for violations due to inappropriate labels and manufactured goods. This type of research is normative legal research. The results show that the responsibility of commercial actors is related to the mismatch between the label and the goods produced, namely compensation for damage, pollution, and consumption of goods or services. Then, legal sanctions can be imposed for violations of business actors, including imprisonment for a maximum of 5 (five) years or a maximum fine of Rp. 2 billion. Thus, it can be concluded that business actors can be held accountable for the incompatibility of labels with goods that have been produced, and if the violation is too detrimental to consumers, they can be prosecuted in accordance with applicable laws and regulations.

Keywords: Goods and Labels, Consumers, Legal Protection.

I. PENDAHULUAN

Pada dasarnya hubungan produsen-konsumen merupakan hubungan ketergantungan, artinya produsen tidak dapat secara mandiri memproduksi barang tanpa mempertimbangkan cara memasarkan (apriori) (Abdurrahman, 1980). Begitu pula di sisi lain, konsumen tidak bisa begitu saja berasumsi bahwa mereka punya uang, mereka bisa memilih dengan bebas. Kalau tidak ada komoditas, apa artinya uang. Oleh karena itu, perlu adanya keseimbangan hubungan antara produsen dan konsumen. Prinsip menjalin kemitraan antara produsen dan konsumen mutlak merupakan kebutuhan bersama, oleh karena itu setiap orang memiliki hak dan kewajiban (Subekti & Tjitrosudibio, 2000). Tanggung jawab produk berasal dari bahasa Belanda "produkten aansprakelijkheid" (Mansyur, 2007). Pada prinsipnya melibatkan produk yang dihasilkan oleh produsen sebelum sampai ke konsumen sebagai pengguna akhir produk, konsumen tidak mengetahui proses pembuatan produk, sehingga pada kenyataannya

status konsumen seolah-olah hanya menerima tetapi tidak mengetahui bagaimana produk tersebut diproduksi (Setyawati, Ali, & Rasyid, 2017). Di satu sisi pertumbuhan dan perkembangan barang dan jasa berdampak positif, antara lain: permintaan yang cukup, kualitas yang lebih baik, dan adanya alternatif bagi konsumen untuk memilih dari kebutuhannya. Namun di sisi lain, terdapat dampak negatif yaitu penggunaan teknologi itu sendiri dan dampak perilaku bisnis akibat persaingan yang semakin ketat yang mempengaruhi masyarakat konsumen (Subianto, 2007).

Berkaitan dengan hal-hal di atas, konsumen perlu dilindungi secara hukum dari kemungkinan kerugian akibat praktik bisnis yang curang. Oleh karena itu, perlu disusun regulasi seperti regulasi tentang cara membuat pangan yang bermutu dan sehat, serta regulasi dan pengawasan yang ketat tentang bagaimana melindungi konsumen dari kerugian yang disebabkan oleh penggunaan atau konsumsi pangan, guna mematuhi dan menegakkannya, peraturan ini haruslah disosialisasikan kepada para pelaku usaha serta kepada para konsumen supaya paham bagaimana bentuk regulasi yang berlaku tentang produksi dan konsumen barang dan jasa. Tidak dapat dipungkiri bahwa produk yang dijual dan digunakan oleh konsumen (termasuk barang dan jasa) akan selalu berdampak negatif, yang tidak hanya disebabkan oleh perilaku pelaku komersial, tetapi juga akibat dari perilaku konsumen itu sendiri. Misalnya, akibat penipuan oleh produsen atau ketidaktahuan konsumen. Oleh karena itu, masalah perlindungan konsumen tidak hanya untuk mengetahui siapa yang bersalah dan dihukum, tetapi juga untuk mengedukasi konsumen dan meningkatkan kesadaran semua pihak tentang keselamatan dalam penggunaan barang atau jasa. Jika sudah dilakukan demikian, maka masyarakat dapat terhindar dari kemungkinan kerugian, seperti cacat tubuh, sakit, atau bahkan kematian atau kerusakan harta benda.

Adapula kasus yang pernah terjadi kasus yang terjadi di Surakarta, yaitu konsumen anak-anak yang mengkonsumsi jajanan anak-anak yang tidak memenuhi syarat. Berdasarkan hasil penelitian di Yayasan KAKAK Surakarta, ditemukan beberapa persoalan yang menyangkut makanan anak-anak dalam kemasan, pada tahun 2007, yakni penelitian ini menemukan 73 Merk makanan jajanan ringan anak-anak dalam kemasan yang beredar di pasaran dengan beraneka bentuk dan rasa yaitu 118 produk yang diproduksi oleh 51 perusahaan. Dengan mengacu pada Permenkes No. 79/Menkes/111/1978 mengenai Label dan Periklanan Makanan, lebih khusus lagi ketentuan Pasal 7 ayat (1) yang menyatakan bahwa pada etiket harus dicantumkan. Oleh yayasan KAKAK Surakarta ditemukan beberapa kasus makanan anak-anak dalam kemasan antara lain: jenis makanan jajanan ringan anak yang memakai kemasan ulang, sehingga pada kemasannya tidak ditemukan nama makanan dan merek dagangnya. Makanan tersebut adalah roti wafer yang kemasannya dengan kemasan bekas mie instan dalam bahasa Inggris. Kemudian berat bersih dari produk makanan jajanan anak-anak tidak dicantumkan, nama dan alamat perusahaan tidak tertulis, tanggal kadaluarsa tidak jelas, dan ada makanan ringan anak-anak yang di dalamnya terdapat kelereng, yang merupakan upaya pemberian hadiah secara terselubung. Dengan temuan survey makanan ringan anak-anak di Surakarta ini, menunjukkan banyak sekali produsen yang melanggar peraturan perundangan khususnya Permenkes No. 79/Menkes/111/1978 mengenai Label dan Periklanan Makanan.

Selain itu, konsumen Indonesia telah lama menjadi korban kasus-kasus terkait kualitas produk. Pada tahun 1990-an, masyarakat dikejutkan dengan kandungan boraks. Penelitian tentang boraks menunjukkan bahwa senyawa boraks ditemukan dalam makanan favorit masyarakat. Zat dalam boraks biasanya berperan sebagai pengawet dan membuat makanan menjadi renyah. Padahal diketahui jelas bahwa unsur kimia ini amat berbahaya karena dapat menyebabkan gangguan pada sistem stimulasi saraf pusat. Begitu berbahayanya bahan ini, sehingga pada 1979 Departemen Kesehatan menyatakan boraks merupakan unsur kimia yang dilarang digunakan bagi produk pangan. Biasanya bahan ini lebih sering digunakan untuk kosmetika. Hasil penelitian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) membuktikan 52,38 persen dari contoh yang diteliti ternyata memakai boraks (YLKI, 1990).

Dari kasus-kasus yang timbul di masyarakat melalui pemberitaan pers, tampaknya ada pengeluaran finansial untuk mengatasi konsekuensi negatif penggunaan produk. Misalnya, kebutuhan untuk menemukan obat untuk keracunan makanan, dan kerugian ekonomi yang disebabkan oleh penggunaan produk yang lebih rendah. Selain biaya-biaya tersebut, konsumen juga dapat mengalami kerugian mental atau materil, misalnya anggota keluarga meninggal setelah makan makanan yang terkontaminasi, menjadi cacat atau meninggal karena perawatan medis yang tidak tepat: kesalahan injeksi, penggunaan obat yang tidak tepat, dll. Oleh karena itu, biaya ekonomi dan sosial yang terkait

dengan penggunaan produk ini sangat besar. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap konsumen sebenarnya sangat diperlukan, terutama jika berkaitan erat dengan kehidupan berbangsa dan bernegara.

Oleh karena itu, setidaknya ada empat alasan utama melindungi konsumen: 1) Menurut Pembukaan UUD 1945, melindungi konsumen berarti melindungi seluruh negara sesuai dengan persyaratan rujukan pembangunan nasional; 2) Perlindungan konsumen diperlukan untuk menghindarkan konsumen dari pengaruh negatif penggunaan teknologi; 3) Perlindungan konsumen diperlukan untuk kesehatan reproduksi, mental, dan fisik manusia sebagai penggerak pembangunan, yang juga berarti menjaga keberlanjutan pembangunan nasional; 4) Perlindungan konsumen diperlukan untuk memastikan bahwa sumber dana pembangunan berasal dari masyarakat konsumen (Sidharta, 2004). Menurut Setiawan, ada dua aspek dalam perlindungan konsumen, yang mengarah pada praktik perdagangan tidak adil dan masalah tambahan pada ketentuan umum perjanjian (Fuady, 2005). Misalnya, mengirimkan barang palsu ke konsumen, penipuan tentang kualitas atau kualitas produk, dll. Aspek perlindungan yang pertama meliputi pencegahan kerugian konsumen akibat penggunaan atau konsumsi komoditas yang tidak sesuai dengan harapan konsumen. Pada aspek kedua, termasuk tindakan yang mencegah produsen untuk memberlakukan ketentuan yang tidak adil kepada konsumen ketika mereka mendapatkan barang yang mereka butuhkan, seperti harga yang relevan, biaya pelaksanaan perjanjian (kontrak) dan konsekuensi lain yang diakibatkan oleh penggunaan. Kontrak standar dan penipuan oleh produsen. Karena tergabung dalam sektor ekonomi, terutama dalam hal penyelenggaraan perusahaan, maka undang-undang perlindungan konsumen termasuk dalam hukum ekonomi, khususnya hukum niaga.

Dalam "UU Perlindungan Konsumen", sebagian pihak mempertanyakan bagaimana peraturan perundang• undangan terkait perusahaan yang beroperasi tidak merugikan konsumen, begirupula sebaliknya, bagaimana konsumen dapat memperoleh perlindungan hukum atas hak-haknya sebagai konsumen. Oleh karena itu, ada dua masalah lain yang perlu dikemukakan, yaitu standarisasi produk dan tanggung jawab atas konsekuensi negatif penggunaan produk. Mengenai standarisasi produk ini, pemerintah memegang peranan penting dalam standarisasi produksi, pengembangan dan pengawasan, serta distribusi produk, oleh karena itu produsen harus secara ketat menaati peraturan perundang-undangan terkait produk ini. Namun, selalu mungkin bagi produsen untuk melakukan penyimpangan dalam bentuk ketidakpatuhan yang disengaja atau lalai terhadap peraturan yang ada. Oleh karena itu, tanggung jawab produsen atas produk yang didistribusikan ke konsumen (pasar) menjadi isu penting untuk perlindungan konsumen. Konsumen harus mengganti kerugian yang diderita akibat penggunaan konsumsi produk yang didistribusikan oleh produsen.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pelaku usaha dapat dimintakan tanggung jawab atas kerugian konsumen berkaitan dengan barang yang diproduksi tidak sesuai label, serta untuk mengetahui sanksi hukum yang dapat dikenakan terhadap pelanggaran pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha atas ketidaksesuaian antara label dengan barang yang diproduksi.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif adalah mendeskripsikan permasalahan yang ada, kemudian membahas dan mengkaji permasalahan tersebut teori hukum sebagai dasar, lalu hubungkan dengan hukum dan peraturan yang berlaku dalam praktik hukum (Soekanto & Mamudji, 2006). Dalam penelitian ini metode starutori dan konseptual digunakan. Pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan membaca, meneliti, memahami dan menganalisis buku atau literatur, ketentuan hukum, makalah, majalah atau bentuk informasi lain yang berkaitan erat dengan objek penelitian (seperti informasi yang diperoleh dari internet); atau bahan penelitian, kemudian catat dan kutip bagian-bagian penting.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. *Tanggung Jawab atas Kerugian Konsumen Berkaitan dengan Barang yang Diproduksi Tidak Sesuai Label*

Pelaku bisnis harus memperlakukan praktik pemasaran mereka secara jujur dalam bentuk penawaran, promosi, atau iklan. Oleh karena itu, tidak diperbolehkan membuat pernyataan atau produk yang terkena diskon atau harga khusus. Atau penipuan, termasuk seolah-olah produk tersebut sudah

memiliki gaya, busana atau standar kualitas tertentu, seperti menyatakan bahwa standar tersebut memiliki standar internasional, diakui mutunya oleh ISO 9000. Terhadap iklan yang merugikan konsumen dan produsen lainnya itu, sebagaimana yang sudah tergambar di atas, dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan yang melanggar ketentuan hukum dan karena itu dapat dikenakan sanksi hukum. Atas dasar penjelasan dan batasan tentang label tersebut di atas, dapat dikatakan bahwa label adalah suatu usaha produsen untuk memperkenalkan produk usahanya baik melalui media massa maupun berupa iklan dalam selebaran dan tulisan pada kemasan barang tersebut. Mengenai promosi barang dan atau jasa dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen menentukan dalam berbagai pasal-pasal, sebagaimana dapat dilihat dalam bagian pengaturan, baik mengenai hak dan kewajiban, perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha maupun mengenai tanggung jawabnya. Lebih lanjut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 7 dan Pasal 28 menegaskan: Seorang pengusaha yang baik adalah yang beritikad baik. Itikad baik demikian dapat dilihat dengan upayanya memberikan informasi yang sebenarnya, secara jujur dan sejujurnya tentang kondisi dan jaminan dari produknya, baik mengenai soal penggunaannya, perbaikannya maupun pemeliharannya.

Untuk mendorong para pelaku usaha agar tetap beritikad baik dalam usahanya diatur beberapa ketentuan tentang larangan, khususnya dalam mempromosikan produknya. Hal ini bisa dilihat dalam Bab IV tentang Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha (Pasal 8-17). Secara tegas dilarang memasarkan produknya jika tidak sesuai janji yang dicantumkan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi, termasuk dalam pernyataan halal. Hal yang sama tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa, tidak mengikuti ketentuan keharusan pemasangan label atau penjelasan mengenai nama produk, ukuran, berat, isi bersih atau neto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat samping, nama dan alamat perusahaan dan keterangan-keterangan yang dipandang perlu. Pengusaha harus jujur menyatakan dengan sebenarnya, sehingga tidak sampai menyatakan atau seolah-olah ternyata produknya memiliki suatu karakteristik tertentu, sejarah atau khasiat tertentu (Hatrik, 1996). Sifat karakteristik suatu kedaerahan dari mana secara khas barang atau jasa diproduksi, merupakan hal menarik perhatian bagi para konsumen. Maka mencantumkan dari daerah khas atau sudah terkenal barang itu diproduksi, sering dipergunakan pelaku usaha untuk menarik minat konsumen. Misalnya, Garut terkenal sebagai penghasil dodol yang baik. Lalu, karena sudah terkenal dodol garut, maka pengusaha dodol di Bekasi menjualnya dodolnya di Jakarta dengan menyatakan produk dodol! garut. Sehubungan dengan tanggung jawab pelaku usaha secara jelas dan tegas yang dicantumkan dalam Pasal 19 dan Pasal 28.

Jika dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, pelaku usaha dilarang antara lain Pasal 17 ayat (I). Seperti kasus pada Selasa, 20 Maret 2018, polisi menangkap tiga orang atas kepemilikan PT dalam kasus penjualan makanan yang diduga kadaluarsa di Jalan Kalianyar I, Tampang, Jakarta Barat. PRS di daerah tersebut. Pelaku ditangkap saat mengubah label tanggal kadaluarsa. "Awalnya dia bilang akan menghancurkannya, tapi di lain waktu dua minggu kemudian, karyawan itu ditangkap karena mengganti label". Henki mengatakan makanan olahan yang diimpor masuk secara legal ke Indonesia. Namun, produk dengan sisa masa berlaku disalahgunakan oleh PT. PRS bisa mendapatkan keuntungan. Alhasil, barang-barang tersebut kemudian diimpor karena standar supermarket hanya bisa menerima masa berlaku maksimal delapan bulan, sehingga ditolak. Labelnya diubah saat barang diambil di sini". Lebih lanjut Hengki mengatakan, barang yang sudah di label tanggal kadaluarsa palsu itu sulit dibedakan dengan barang aslinya. Namun, ada sedikit perbedaan jika dicermati. Kalau (beberapa merek tertentu) asli, di atasnya ada kuningnya. Sedangkan kardus, di bagian kadaluarsa nya telah dipotong, sehingga kardusnya bolong disamping. Dalam kasus ini, Polisi telah menetapkan tiga tersangka. Mereka adalah direktur dan kepala gudang. Untuk tersangka ada R sebagai direktur, DG sebagai kepala gudang di Cengkareng, dan A kepala gudang di Tambora.

2. Sanksi Hukum yang Dapat Dikenakan terhadap Pelanggaran-Pelanggaran yang Dilakukan oleh Pelaku Usaha atas Ketidaksihonestan antara Label dengan Barang yang Diproduksi

Selain beban sertifikasi perdata, Pasal 22 "UU Perlindungan Konsumen" juga membebaskan tanggung jawab dan kewajiban sertifikasi pidana atas setiap kesalahan dalam tort yang dilakukan oleh pelaku niaga terhadap pelaku niaga. Namun, "Undang-Undang Perlindungan Konsumen" tidak mengecualikan bukti jaksas. Pernyataan tersebut secara jelas menyebutkan bahwa Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) tidak berhak memberikan sanksi kepada setiap perbuatan ilegal

diperbuat oleh peserta komersial. Hal tersebut sejalan dengan Pasal 47 UU Perlindungan Konsumen yang menyebutkan bahwa rujukan penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan adalah unruk mencapai mufakat atas gugatan tertentu memastikan bahwa kerugian yang diderita konsumen tidak terulang kembali atau tidak akan terjadi lagi. Namun, untuk memperkuat kepastian hukum, UU Perlindungan Konsumen memberikan kewenangan dan BPSK berwenang memberikan sanksi administratif secara proporsional kepada pelaku usaha yang tidak merugikan konsumen.

Selanjutnya, sanksi perdata yang dapat digunakan konsumen dalam bentuk gugatan melalui BPSK atau pengadilan, UU Perlindungan Konsumen juga memberikan sanksi pidana yang jelas bagi yang melanggar ketentuan.

Berlakunya sanksi terjadwal atau tidak sebenarnya tergantung pada kesiapan para pihak terkait. Selain itu, untuk meningkatkan efisiensi penerapan undang-undang perlindungan konsumen dalam praktiknya, keterarpilan dan pengetahuan pen ting tentang per I indungan konsumen juga sang at di perlukan. Kasus lain di Yogyakarta, seperti peristiwa 11 Desember 2019, Pemerintah Kota Yogyakarta menemukan puluhan label makanan melalui Disperindag Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Yogyakarta yang sudah kadaluarsa sebelumnya. Sekretaris Kota Yogyakarta Agus Maryanto (Agus Maryanto) menjelaskan, sedikitnya ditemukan 50 jenis makanan dengan label yang sudah kadaluarsa dan kemasan rusak. Sekitar 50 jenis makanan sudah kadaluarsa dan kemasannya sudah rusak. Kemudian, kami meminta manajer untuk rnenarik barang-barang ini untuk dijual. Agus rnengungkapkan, Disperindag hanya memberikan arahan. Artinya, pemeriksaan ini adalah peringatan. Ia berharap pengelola bisa segera menindaklanjuti ditemukannya label makanan kadaluarsa di supermarket lokal untuk mengganti barang baru dan memusnahkan makanan yang melebihi batas konsumsi. "Pengelola harus segera menindaklanjuti untuk mencabut barang kadaluarsa dan memusnahkan barang yang sudah terbukti kadaluarsa. Tentu akan kita kontrol lagi dalam dua hingga tiga hari kedepan. Puluhan makanan tersebut antara lain sayur mayur, buah-buahan, dry food, susu dan acar. Berdasarkan pertemuan terhadap pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Yogyakarta maka penerapan sanksinya yaitu diawali dengan pembinaan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Yogyakarta kepada pengusaha yang melanggar aturan. Setelah dibina tidak ada perubahan, dilakukan teguran lisan maupun tertulis kemudian dilanjutkan dilakukan penutupan tempat usaha tersebut sementara. Jika peringatan penutupan usaha tidak diindahkan sanksi terakhir adalah pencabutan izin disertai penyegelan tempat usaha oleh pihak kepolisian.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

1. *Simpulan*

Berdasarkan uraian tersebut diatas dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

- a. Pelaku niaga bertanggung jawab atas kerugian konsumen terkait ketidaksesuaian label dengan barang yang diproduksi, termasuk ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan I atau kerugian yang ditimbulkan kepada konsumen akibat konsumsi barang dan I atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan. Menurut peraturan perundang-undangan saat ini, memberikan kompensasi berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan I atau jasa yang nilainya sama atau setara, atau memberikan perawatan medis dan I atau memberikan santunan.
- b. Pelaku niaga dapat dikenakan sanksi hukum atas ketidaksesuaian antara merek dan barang yang diproduksi, antara lain pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00. (Dua miliar Rupiah).

2. *Saran*

Sesuai dengan simpulan atas hasil penelitian tersebut diatas, dapat disampaikan saran sebagai berikut:

- a. Untuk menghindari adanya gugatan atau tuntutan dari konsumen yang dirugikan akibat praktek bisnis curang, maka produsen sebagai pelaku usaha hendaknya di dalam mengedarkan barang atau jasa melaksanakan ketentuan UUPK.
- b. Untuk memberikan efek jera bagi pelaku usaha maka ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen hendaknya dilaksanakan secara konsekuen oleh aparat pemerintah (instansi terkait), seperti kepolisian, pengadilan, kejaksaan, badan POM, Disperindag sesuai dengan tugas dan kewenangannya masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman. (1980). *Aneka Masalah dalam Praktek Penegakan Hukum di Indonesia*. Bandung: Alumni.
- Fuady, M. (2005). *Perbandingan Hukum Perdata*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Hatrik, H. (1996). *Asas-Asas Pertanggungjawaban Korporasi dalam Hukum Pidana Indonesia, Strict Liability dan Vicarious Liability*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mansyur, M. A. (2007). *Penegakan Hukum tentang Tanggung Gugat Produsen dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Gentra Press.
- Setyawati, D. A., Ali, D., & Rasyid, M. N. (2017). Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Perjanjian Transaksi Elektronik. *Syiah Kuala Law Journal*, 1(3), 33–51.
- Sidharta. (2004). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, . Jakarta: PT. Gramedia Indonesia.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2006). *Penelitian Hukum Normatif Tinjauan Singkat*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Subekti, R., & Tjitrosudibio, R. (2000). *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Subianto, T. (2007). Studi tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 3(3), 165–182.
- (YLKI), Y. L. K. I. (1990). Penggunaan Boraks Pada Bahan Makanan.