

## BAB II

### SUBYEK HUKUM YANG BERTANGGUNGJAWAB TERKAIT PENGANTIAN *DIGITAL EXPIRED* PADA MAKANAN KADALUARSA

#### 1.1. Pelaku Usaha

##### 1.1.1. Pengertian Pelaku Usaha

Pengertian pelaku usaha menurut Undang-undang Nomer 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen (UUPK) pasal 1 ayat 3 adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai ekonomi. Pelaku usaha yang dimaksud dalam pengertian UUPK tersebut adalah perusahaan, BUMN, korporasi, koparasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain. (Tadjuddin, 2018)

Pengertian untuk pelaku usaha sendiri cukup luas, karena meliputi grosir, pengecer, leveransir dan lain-lain. Pelaku usaha dapat dijabarkan menjadi beberapa unsur yaitu:

1. Bentuk atau wujud dari pelaku usaha :
  - Orang perorangan, yaitu setiap individu yang melakukan kegiatan usahanya seorang diri

- Badan usaha, yaitu kumpulan individu yang secara bersama-sama melakukan kegiatan usaha. Badan usaha dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu badan hukum dan bukan badan hukum.
2. Kegiatan usaha tersebut harus didasarkan pada perjanjian
  3. Di dalam berbagai bidang ekonomi. Pengertian ini sangat luas, bukan hanya pada bidang produksi saja.

Dalam pengertian diatas bahwa objek atas kerugian dari konsumen adalah penggantian digital expired terhadap makanan, maka sewajarnya kita untuk melihat bagaimana mekanisme pengaturan hukum yang terdapat pada Undang-Undang No 18 tahun 2012 tentang Pangan. Berdasarkan pasal 1 angka 39 Undang-undang Pangan, Pelaku Usaha Pangan adalah Setiap orang yang bergerak pada satu atau lebih subsistem agribisnis pangan, yaitu penyedia masukan produksi, proses produksi, pengolahan, pemasaran, perdagangan dan penunjang.

#### **1.1.2. Ketentuan Pelaku Usaha Dalam AEC 2015**

Pengaturan-pengaturan dalam berbagai bidang ekonomi, bisa juga mencakup pengertian pelaku usaha dan ketentuan pelaku usaha dalam AEC blueprint yang juga dapat dikategorikan sebagai bentuk perlindungan konsumen meski tidak diajukan langsung bagi perlindungan konsumen yaitu dengan adanya ketentuan pengaturan asal barang atau *Rules of Origin* bahwa *ASEAN Economic Community 2015* para pelaku usaha harus memiliki *Certificate Rules of origin* dimana sertifikat tersebut menunjukan

darimana asal pelaku usaha tersebut dan apakah pelaku usaha tersebut terdaftar, hal ini sangat memudahkan konsumen untuk meminta tanggungjawab kepada pelaku usaha atas barang-barang yang diedarkan.

Selain itu juga sertifikat tersebut menunjukkan barang-barang yang diedarkan oleh pelaku usaha ke Negara-negara ASEAN sudah memenuhi persyaratan standart sehingga konsumen yakin dalam membeli barang yang akan dibeli dengan adanya tanda pelaku usaha tersebut telah memiliki sertifikat dan terdaftar. (yunus, 2015)

### **1.1.3. Hak Dan Kewajiban Pelaku Usaha**

Pelaku usaha juga harus mengganti rugi bila ada konsumen yang merasa dirugikan atas barang yang telah dibeli dari pelaku usaha, dan sebaliknya disisi lain pelaku usaha itu sendiri juga memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan atas dirinya yang melakukan kegiatan dibidang ekonomi. Oleh sebab itu terdapat pengaturan-pengaturan terkait hak dan kewajiban pelaku usaha yang tertuang dalam UUPK Pasal 6 jo pasal 7 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 yang bertuliskan dalam Pasal 6 Hak pelaku usaha adalah :

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik

- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain hak disebutkan pula penjelasan mengenai kewajiban pelaku usaha agar menjadi seimbang antara hak dan kewajiban pelaku usaha yang sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 7 Undang-ndang Nomor 8 tahun 1999 adalah :

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. 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 yang diperdagangkan;

f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Terkait pembahasan hak dan kewajiban diatas dapat ditarik simpulan bahwa menurut Sudikno Martousumo pengertian hak adalah kepentingan 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.

## **1.2. Konsumen**

### **1.2.1. Pengertian Konsumen**

Dalam dunia perdagangan, pelaku usaha memasarkan produknya untuk dibeli oleh masyarakat sebagai bagian dari pemenuhan kebutuhan hidupnya. Masyarakat yang membeli produk dari pelaku usaha ini sering disebut sebagai konsumen. Hal tersebut diatur dalam ketentuan Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen : “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa

yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

Sejalan dengan pengertian konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, para ahli pun menjabarkan definisi konsumen itu sendiri. Seperti yang dikutip oleh Erihan, bahwa menurut Philip Kotler, pengertian konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Sedangkan menurut Aziz Nasution, konsumen pada umumnya adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu. (Erihan, 2013)

Kebutuhan dan keinginan konsumen sangat bervariasi dan dapat berubah-ubah karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Oleh karena itu, seorang pemasar perlu untuk memahami perilaku konsumen supaya kegiatan pemasaran yang dilaksanakan dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Ada beberapa pengertian perilaku konsumen yang dikemukakan oleh para ahli diantaranya adalah menurut Mangkunegara “Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan”. Menurut Winardi dalam Sumarwan definisi perilaku konsumen adalah “Perilaku yang ditujukan

oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa”.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah, tetapi cukup sulit dan kompleks. Hal ini disebabkan oleh banyaknya variabel-variabel yang mempengaruhinya dan variabel-variabel tersebut cenderung saling berinteraksi. Meskipun demikian, apabila hal tersebut dapat dilakukan, maka suatu perusahaan penghasil barang maupun jasa akan dapat meraih keuntungan yang jauh lebih besar daripada perusahaan pesaingnya karena dengan memahami perilaku konsumen maka perusahaan tersebut dapat memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumennya. (Subianto, 2010)

Dari beberapa pendapat ahli di atas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan konsumen adalah sejumlah tindakan-tindakan nyata individu (Konsumen) yang dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal yang mengarahkan mereka untuk menilai, memilih, mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa yang diinginkannya.

### **1.2.2. Kerugian Konsumen**

Kerugian konsumen ini akan tetap terjadi jika pelaku usaha yang memang sudah merencanakan sebuah kecurangan dalam pemasaran produk ataupun jasa walaupun konsumen sudah melakukan keputusan

pembelian yang menurut konsumen itu yang terbaik dan sesuai kebutuhannya.

Semua kegiatan yang dilakukan perusahaan melalui pemasaran diharapkan dapat mempengaruhi konsumen sehingga sampai pada keputusan pembelian. Sedangkan keputusan pembelian dapat diartikan sebagai keputusan konsumen untuk membeli produk dengan didasari oleh adanya niat untuk melakukan pembelian dengan melalui beberapa tahap.

Perilaku konsumen berdasarkan yang dikutip oleh Nggeboe akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Keputusan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh setiap orang, dalam setiap waktu dan di segala tempat, keputusan tersebut termasuk keputusan yang menyangkut kegiatan individu. Mempengaruhi keputusan konsumen yang dilakukan secara efektif akan mempengaruhi pengambilan keputusan. Ini berarti meningkat pula tingkat keuntungan yang kita peroleh. Keputusan konsumen atau organisasi adalah aktivitas yang dilakukan secara sadar, rasional dan terencana. Keputusan konsumen merupakan analisis mengatasi permasalahan. (Nggeboe, 2015)

Berdasarkan pengertian dari Lupiyoadi yang dikutip oleh Subianto “Keputusan konsumen itu sendiri diartikan sebagai suatu keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa tertentu yang ditawarkan dengan didasari adanya niat untuk melakukan pembelian/menggunakan jasa.” Sedangkan pengertian lain dikemukakan

Sadeli dan Ukas bahwa ‘‘Keputusan merupakan dorongan serta keinginan yang merupakan tenaga penggerak yang berasal dari dalam diri seseorang’’. (Subianto, 2010). Jadi keputusan adalah pembangkit daya gerak untuk berbuat sesuatu dalam rangka mencapai kepuasan dan tujuan. Keputusan merupakan kunci untuk mengerti tingkah laku pembeli atau langganan.

Seperti yang dikutip Subianto, Sutisna menjelaskan mengenai keputusan pembelian sebagai berikut ‘‘Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembedaan suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan’’. Pengertian keputusan pembelian termasuk keputusan untuk membeli dan menggunakan produk/jasa merupakan perumusan beraneka alternatif tindakan dalam menggarap situasi yang dihadapi serta penetapan pilihan yang tepat antara beberapa alternatif yang tersedia. Setelah diadakan pengevaluasian mengenai keefektifan masing-masing untuk mencapai sasaran para pengambil keputusan. (Subianto, 2010)

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dimulai jauh sebelum terjadinya kegiatan pembelian yang mempunyai kelanjutan panjang setelah pembelian dilakukan. Pemasar harus meneliti konsumen untuk mengetahui jenis masalah dan keinginan maupun kebutuhan yang timbul, apa yang menyebabkan rasa kebutuhan itu dan bagaimana rasa kebutuhan itu mengarah pada obyek tertentu.

Kemudian kerugian konsumen ini terjadi juga dikarenakan berita atau informasi yang ditawarkan melalui iklan di televisi atau papan iklan di sepanjang pinggir jalan juga dapat membawa dampak *negative* bagi konsumen jika pada iklan tersebut hanyalah merupakan strategi pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan mereka. Ketidakbenaran iklan tersebut membuat sesat juga menyesatkan konsumen hingga pada akhirnya merugikan konsumen tersebut. Terjadinya kesalahan tersebut dilakukan oleh konsumen karena dalam memilih produk, konsumen tertarik melalui informasi pemberitaan iklan yang menyesatkan tersebut mendapatkan kerugian. Kerugian konsumen atas pembelian barang atau produk yang tidak sesuai harapan dari pengiklanan yang dibuat pelaku usaha dapat berupa :

a. Kerugian Materil

Konsumen yang membeli barang atau produk yang ditawarkan dari pelaku usaha akan tetapi tidak sesuai dengan kenyataan yang ada telah mengakibatkan adanya kerugian materil karena mengeluarkan uang yang tidak sesuai dengan nilai tukarnya, sehingga konsumen sudah kehilangan uang hanya untuk membeli barang yang sudah rusak atau cacat serta adanya uang transport untuk mendatangi tempat penjualan yang ternyata barang yang dijual rusak atau cacat yang telah dipromosikan oleh pelaku usaha.

b. Kerugian Immateril

Konsumen akan mendapat kerugian mental atas penggunaan produk yang tidak sesuai dengan harapannya karena sangat kecewa. Walaupun hak-hak konsumen telah diatur didalam Undang-undang nomor 8 tahun 1999, tapi pada kenyataan sampai saat ini konsumen banyak yang belum menggunakan hak-haknya tersebut secara baik. Konsumen yang pernah dirugikan oleh produsen atau pelaku usaha akibat mengkonsumsi produk yang tidak sesuai dengan produk yang diiklankan oleh produsen atau pelaku usaha yang telah mempromosikannya tidak seperti realistik barang yang akan diperjualkan kepada konsumen.

Sikap yang cenderung lebih banyak diam dan tidak menuntut pelaku usaha atas kerugian yang dialaminya dalam penggunaan produk, menurut Yusuf Shofie disebabkan karena, sebagian besar konsumen Indonesia tidak mau berperkara ke pengadilan, padahal mereka sadar telah dirugikan oleh pelaku usaha tersebut. Ketidakmauan ini bukan karena konsumen tidak sadar hukum. Bahkan mereka lebih sadar hukum daripada sebagian dari para penegak hukum.

### **1.3. Lembaga Perlindungan Konsumen**

#### **a. BPKN**

BPKN merupakan Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen. Fungsi dari BPKN itu sendiri berdasarkan pasal 34 UUPK, yaitu:

1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan dibidang perlindungan konsumen
2. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dibidang perlindungan konsumen
3. Melakukan penelitian terhadap barang dan atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen
4. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen sewadaya masyarakat
5. Menyebar luaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen
6. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dan masyarakat, lembaga perlindungan konsumen sewadaya masyarakat, atau pelaku usaha
7. Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen. Diluar BPKN yang independent, dalam pasal 29 dan 30 UUPK diamanatkan, pemerintah c.q. Menteri yang membidangi perdagangan ditugasi juga untuk mengkoordinasikan pembinaan dan pengawasan perlindungan konsumen secara nasional pembinaan dan pengawasan yang lebih khus dilakukan oleh menteri-menteri teknis sesuai bidang mereka. Menteri yang membidangi perdgangan itu berwenang membntuk tim

koordinasi pengawasan barang dan atau jasa yang berada dipasar. Tim ini terdiri dari wakil instansi terkait, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPSKM). Fungsi tim hanya sebatas memberikan rekomendasi kepada menteri untuk melakukan tindakan konkrit, seperti pemberhentian produksi atau peredaan barang atau jasa yang dinilai melanggar peraturan yang berlaku.

Dengan demikian BPKN berfungsi sebagai pemberi rekomendasi kepada pemerintah dalam penyusunan kebijakan dibidang perlindungan konsumen sedangkan tim koordinasi dibentuk oleh menteri berfungsi memberikan rekomendasi yang berupa suatu tindakan konkrit atas suatu permasalahan yang timbul dilapangan.

b. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)

Berbeda dengan BPKN yang dibentuk oleh Pemerintah, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) merupakan lembaga non pemerintah yang diakui oleh pemerintah, hal ini sesuai dengan pasal 1 angka 4 PP No 57 tahun 2001, "Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah lembaga non Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen". Salah satu contoh dari LPKSM adalah Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI).

YLKI merupakan lembaga perlindungan konsumen yang muncul dari sekelompok kecil anggota masyarakat yang semula justru bertujuan untuk mempromosikan hasil produksi Indonesia. Seiring berjalannya waktu YLKI memiliki tujuan untuk melindungi konsumen, menjaga martabat produsen dan membantu pemerintah dalam jalur perdagangan di Indonesia. Kedudukan YLKI ini sesuai dengan pasal 1 angka 9 UUPK tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swasembada Masyarakat. YLKI dapat meneliti terhadap sejumlah produk barang/jasa dan mempublikasikannya pada masyarakat, namun belum sampai ke tahap untuk mencabut atau memberlakukannya suatu peraturan ataupun kegiatan usaha.

c. BPSK

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai sebuah lembaga alternatif penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diharapkan menjadi tumpuan konsumen untuk dapat menyelesaikan sengketa dengan pelaku usaha secara cepat, murah dan adil. Hasil Penelitian Marlina menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mendorong para pihak memilih penyelesaian sengketa alternatif (*alternative dispute resolution/ADR*) dalam penyelesaian sengketa konsumen adalah prosedur yang cepat, biaya murah, terjaganya hubungan baik antara para pihak, kerahasiaan terjamin, kemungkinan terjadinya kesepakatan tinggi, pihak yang membantu memiliki keahlian.

Hubungan yang terjadi antara pelaku usaha dengan konsumen tidak menutup kemungkinan untuk terjadinya sengketa atau perselisihan antar keduanya. Sebelum adanya UUPK, para konsumen yang merasa dirugikan menyelesaikan gugatannya di pengadilan yang mana terkadang pengadilan kurang efektif dalam menyelesaikan gugatannya karena proses yang terlalu lama dan sangat birokratif. Berdasarkan pasal 45 UUPK setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang dibentuk UUPK yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). (Tadjuddin, 2018)

Sesuai pasal 1 angka 11 UUPK, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Peran BPSK sendiri tertera pada pasal 49 ayat (1) UUPK yaitu "Pemerintah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan."

Pembentukan BPSK menurut UUPK menjadi tanggungjawab pemerintah. Seperti yang dikutip oleh Purwoko, Menurut pandangan William B. Chambliss dan Robert B. Seidman, tindakan apapun yang akan diambil baik oleh pembuat undang-undang, pemegang peran serta lembaga-lembaga penegak hukum selalu berada dalam kompleksitas kekuatan-kekuatan sosial, ekonomi, politik, budaya dan sebagainya. Pengaruh-pengaruh tersebut telah dimulai pada pembentukan undang-undang sampai pada penegakan dan penerapan sanksi. Dengan kata lain

sifat ketergantungan terhadap pemerintah dalam hal pembentukan BPSK sangat tinggi. Berbagai pengaruh ekonomi, sosial, politik dan budaya memiliki andil dalam pengambilan keputusan pemerintah. (Purwoko, 2016)

Terkait uraian BPSK diatas yang menjabarkan dari UUPK dalam realitas penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK banyak ditemukan berbagai permasalahan. Kendala yang mencakup BPSK antara lain mengenai hukum acara, inkonsistensi sumber daya dan perundang-undangan. Sebagai sebuah lembaga yang mirip seperti *Small Claim Tribunal/Small Claim Court* di negara-negara seperti *common law*, BPSK justru terbelenggu pada pengaturan yang sangat rumit dalam UUPK. Beberapa pasal UUPK saling bertentangan. Kendala lainnya berhubungan dengan sumber daya, baik sumber daya manusia maupun anggaran dan infrastruktur. Sebagian besar anggota BPSK masih berpegang pada cara berhukum yang *positivistik*, sangat kaku dan normatif-sempit dalam membaca teks undang-undang. Padahal dalam penyelesaian sengketa konsumen, posisi konsumen biasanya sangatlah lemah dan berhadapan dengan pelaku usaha yang kuat, aspek-aspek non yuridis seperti aspek ekonomi, aspek psikologi dan aspek budaya sangat penting untuk diperhatikan. (Purwoko, 2016)

## 1.4. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)

### 1.4.1. Pengertian BPOM

Berdasarkan pasal 1 ayat (1) PP No 80 tahun 2017, "Badan Pengawas Obat dan Makanan, selanjutnya disingkat BPOM. BPOM adalah lembaga pemerintah nonkementerian yang menyelenggarakan pengurusan pemerintahan didalam bidang pengawasan Obat dan Makanan."

Badan Pengawasan Obat dan Makanan ini merupakan bentuk perhatian yang serius terhadap perlindungan konsumen khususnya pada produk pangan yang beredar di lingkungan masyarakat, sehingga para konsumen tidak akan menjadi korban. Karena ada beberapa pihak dari pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab. Pemenuhan pangan juga merupakan hak asasi setiap manusia. Oleh karena itu, pemerintah harus benar-benar memberi perhatian penuh yang khusus juga terhadap kegiatan perdagangan nasional maupun perdagangan internasional di era ini. (Erihan, 2013)

Menurut ketentuan UUPK keanggotan BPSK terdiri dari 3 (tiga) unsur yaitu unsur pertama pemerintah, kedua pelaku usaha (organisasi pelaku usaha) dan ketiga konsumen (organisasi konsumen). Al. Wisnubroto berpendapat bahwa sebagian besar anggota BPSK berpandangan legal-*positivistik*, ketika menyelesaikan sengketa konsumen. Artinya para anggota BPSK yang memiliki persepsi atau pandangan dogmatis-normatif dalam melihat UUPK. Oleh karena itu, dalam menjalankan tugas dan kewenangannya, anggota BPSK perlu mulai mengarahkan pandangan pada

apa yang dikemukakan oleh Philippe Nonet dan Philip Selznick sebagai hukum responsif, yakni “hukum sebagai fasilitator dari respons terhadap kebutuhan sosial dan aspirasi sosial”. Apa yang menjadi tujuan hukum dan apa yang harus dilayani oleh aturan-aturan hukum yang tidak selalu tampak, mungkin tersembunyi juga implisit. Pokok yang penting adalah bahwa untuk menentukan arti dari aturan-aturan, pertanyaan yang harus diajukan adalah: maksud-maksud apa yang dilayani, nilai-nilai apa dan kepentingan apa yang harus dipertaruhkan. (Purwoko, 2016)

Perlindungan untuk konsumen, maka setiap produk pangan khususnya produk makanan dan minuman wajib memenuhi standard keamanan dan mutu pangan, sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 36 tahun 2009 tentang kesehatan Pasal 111 bahwa makanan dan minuman yang dipergunakan untuk masyarakat harus didasarkan pada standard dan/atau persyaratan kesehatan. Hal ini dilakukan dalam rangka memenuhi hak konsumen yakni berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. (Erihan, 2013)

Terkait penjabaran tentang pengertian BPSK diatas, menurut saya BPSK kini haruslah benar-benar member perhatian yang serius pada konsumen. Agar nantinya konsumen tidaklah merasa cemas dan bimbang ketika membeli produk makanan apapun yang dibelinya itu membahayakan untuk kesehatan konsumen atau yang sudah expired (kadaluarsa).

## **1.4.2. Tugas dan Wewenang BPOM Terhadap Produk Makanan**

### **Kadaluarsa**

Umumnya makanan atau produk lain yang masuk tanpa izin berasal dari negara lain bebas masuk melalui daerah perbatasan dan pelabuhan. Sedangkan untuk makanan yang telah kadaluarsa atau tidak terdaftar dapat ditemukan dalam produksi usaha kecil dan menengah yang menjadi titik tumpu dari perekonomian rakyat. Mungkin tidaklah salah apabila prinsip kehati-hatian dalam setiap hal yang kita berbelanja untuk membeli makanan atau produk tertentu agar nantinya sebagai pihak konsumen kita tidak merasa dirugikan atas barang atau makanan yang sudah kita pilih juga beli. Untuk hal ini sangat perlu adanya pembinaan oleh pemerintah daerah dan pengawasan berkelanjutan dari BPOM akan sangat membantu pada masyarakat, sehingga implementasi perlindungan hukum terhadap pihak konsumen dan pelaku usaha tercapai. (Erihan, 2013)

Berdasarkan gambaran diatas tersebut memberikan dasar bahwa peredaran produk makanan kadaluarsa itu sangatlah berdampak luas terhadap kelangsungan hidup masyarakat. Sudah berapa banyak korban yang menderita akibat makanan kadaluarsa dan mengalami keracunan pada makanan kadaluarsa yang telah dikonsumsi oleh masyarakat itu, tentunya hal ini memerlukan adanya penelitian yang mendalam, dikarenakan menimbulkan korban yang tidak terekspose oleh media cetak maupun media elektronik.

Pentingnya optimalisasi BPOM dengan berbagai lembaga terkait untuk pengawasan terkait produk makanan kadaluarsa, produk berformalin dan berkemasan rusak. BPOM harus senantiasa mengembangkan pemantauan dan pengawasan pada makanan dan obat-obatan yang beredar luas dari perbuatan para pelaku usaha yang curang hanya untuk mendapat keuntungan yang banyak dan tidak mau rugi yang berdampak pada piha konsumen bahkan membahayakan kelangsungan hidup masyarakat. Tugas dari BPOM sendiri tertuang dalam Peraturan pemerintah Nomor 80 tahun 2017 pasal 2 yang berbunyi :

1. BPOM mempunyai tugas menyelenggarakan tugas pemerintahan di bidang pengawasan Obat dan Makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. Obat dan Makanan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas obat, bahan obat, narkotika, psikotropika, prekursor, zat adiktif, obat tradisional, suplemen kesehatan, kosmetik, dan pangan olahan.

Dalam melaksanakan tugas pengawasan Obat dan Makanan, BPOM mempunyai kewenangan yang tertuang dalam pasal 4 yaitu:

- a. Menerbitkan izin edar produk dan sertifikat sesuai dengan standar dan persyaratan keamanan, khasiat/ manfaat dan mutu, serta pengujian obat dan makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;

- b. Melakukan intelijen dan penyidikan di bidang pengawasan Obat dan Makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
- c. Memberian sanksi administratif sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan.

Kewenangan terbesar penertiban makanan bermasalah ada di BPOM, disamping lembaga lain yang juga berwenang. Untuk itu diharapkan BPOM mengambil inisiatif khusus untuk koordinasi dengan instansi lain, meskipun diakui terkadang ada masalah teknis pengawasan terkait tugas pokok dan fungsi masing-masing instansi. Begitupun lanjutnya, dalam situasi frekuensi transaksi kebutuhan pokok sangat begitu melonjak dan tingkat kehati-hatian untuk masyarakat sangat menurun, maka BPOM dan instansi lain perlu memperkuat koordinasi pengawasan.

Bagaimanapun masih adanya dugaan makanan kadaluarsa di pasaran atau pusat perbelanjaan perlu perhatian serius dari pemerintah. Artinya jangan sampai masyarakat ini dirugikan. Untuk mengatasi banyaknya peredaran makanan yang sudah kadaluarsa, berformalin dan berkemasan rusak, Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan dalam Pasal 111 ayat (1) menyatakan bahwa makanan dan minuman yang digunakan masyarakat harus didasarkan pada standar dan/atau persyaratan kesehatan. Terkait hal diatas, Undang-Undang tersebut menjelaskan bahwa makanan dan minuman yang tidak memenuhi ketentuan standar, persyaratan kesehatan, dan/atau membahayakan kesehatan dilarang untuk

diedarkan, ditarik dari peredaran, dicabut izin edar dan disita untuk dimusnahkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Untuk itu kita berharap semoga BPOM dapat melakukan penertiban terhadap produk makanan yang ditenggarai bermasalah dan berpotensi menimbulkan korban jiwa. (Erihan, 2013)

## **2.5. Bentuk Pertanggungjawaban Hukum**

### **2.5.1. Menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Konsumen sering kali mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang mengakibatkan kerusakan, pencemaran dan kerugian pada dirinya. Sehingga hak dan kewajiban dirinya selalu tidak proporsional (seimbang). Supaya hak-hak konsumen tidak selamanya dirugikan oleh pelaku usaha ataupun sebaliknya, Negara Republik Indonesia membentuk sebuah Undang-Undang yang menjadi dasar bagi konsumen, pelaku usaha, Lembaga Swadaya Masyarakat dan Pemerintah untuk melakukan upaya hukum akibat terjadinya pelanggaran yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak bertaanggung jawab. “Melalui Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi dasar konstitusional bagi pelaku usaha dan konsumen khususnya dalam menyelesaikan masalah (sengketa) yang terjadi pada dirinya.

Upaya hukum dalam penyelesaian sengketa dapat menggunakan jalur diluar Pengadilan (Non-Litigasi) dan melalui Pengadilan (Litigasi).

Jalur diluar Pengadilan dilakukan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). BPSK dalam menyelesaikan sengketa konsumen melalui Mediasi, Arbitrase atau Konsiliasi.” (Taufikurrahman, 2015)

Seperti yang dikutip oleh Taufik Rahman, munculnya Undang-Undang (UU) Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak lepas dari maraknya masalah yang terjadi dilapangan. Hal ini juga disebutkan dalam konsideran UU Perlindungan konsumen poin “bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/ jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen”.

(Taufikurrahman, 2015)

Seringkali masalah yang timbul adalah akibat perilaku yang tidak bertanggung jawab oleh pelaku usaha. UU Perlindungan usaha pasal 1 angka 3 menyebutkan bahwa Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Undang-Undang inilah yang memberikan jabaran secara baik dalam memberikan solusi atas sengketa yang terjadi antara pelaku usaha dengan konsumen. Walaupun terkadang keinginan antara pelaku usaha dan konsumen dalam proses penyelesaian sengketa memiliki jalan berbeda. Jalan upaya hukum yang dapat ditempuh dalam penyelesaian sengketa tersebut berdasar pada UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen.

Pengaturan dalam UUPK, dari hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha telah melahirkan 2 bentuk tanggung jawab, yaitu : tanggung jawab produk (*product liability*) dan tanggung jawab profesional (*profesional liability*), ketentuan tersebut terdapat dalam Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 UUPK. Beberapa pengertian tanggung jawab produk :

a. Tanggung jawab produk yang bisa disebut "*Product liability*" adalah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan yang menghasilkan suatu produk (produk manufacturer) atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk (*processor assembier*) atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk (*processor assembier*) atau dari orang atau badan yang menjual atau mendistribusikan (seller,distributor) produk tersebut. (Nggeboe, 2015)

b. Tanggung jawab (tanggung gugat) produk merupakan terjemahan bebas dalam bahasa Indonesia secara populer sering disebut dengan "*product*

*liability*” adalah suatu konsepsi hukum yang intinya dimaksudkan memberikan perlindungan kepada konsumen yaitu dengan jalan membebaskan konsumen dari beban untuk membuktikan bahwa kerugiankonsumen timbul akibat kesalahan dalam proses produksi dan sekaligus melahirkan tanggung jawab produsen untuk memberikan ganti rugi. (Nggeboe, 2015)

c. Tanggung jawab produk dapat diartikan sebagai tanggung jawab para produsen untuk produk yang dibawanya kedalam peredaran, yang menimbulkan atau menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut. Kata “produk” diaertikannya sebagai barang, baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak (tetap). Tanggung jawab itu dapat bersifat kontraktual (perjanjian) atau berdasarkan undang-undang (gugatannya atas perbuatan melawan hukum), namun dalam tanggungjawab produk, penekanannya ada pada yang terakhir (*tortious liability*). (Nggeboe, 2015)

Bentuk pertanggungjawaban secara hukum pelaku usaha terkait penggantian digital *expired* (lebel kadaluarsa) pada makanan kadaluarsa yang telah dilakukan pelaku usaha, bertujuan hanya mendapatkan keuntungan yang lebih besar, menurut Undang-Undang perlindungan konsumen Nomor 8 tahun 1999 pasal 8 ayat (1) dan (3) jo pasal 62 ayat(1). Akibat hukum yang diterima pelaku usaha tersebut diatur dalam pasal 8 Undang-undang perlindungan konsumen Nomer 8 tahun 1999 berbunyi;

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

- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/ pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;

- i. 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;
  - j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
- (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Sanksi yang harus diterima pelaku usaha ada pada pasal 62 ayat (1) Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang berbunyi Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17, ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e., ayat (2), dan Pasal 18

dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).

### **2.5.2. Menurut Undang-Undang 18 tahun 2012 tentang pangan**

Keamanan pangan merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan dalam konsumsi sehari-hari. Seperti dalam kutipan Ilat, Dengan demikian, sesungguhnya pangan selain harus tersedia dalam jumlah yang cukup, harga yang cukup terjangkau juga wajib memenuhi persyaratan lain, yaitu sehat, aman dan juga halal. Jadi, sebelum pangan tersebut didistribusikan harus memenuhi persyaratan kualitas, penampilan dan cita rasa, maka harus terlebih dahulu pangan tersebut harus benar-benar aman untuk dikonsumsi. (Ilat, 2015)

”Agar pangan yang aman tersedia secara memadai, perlu diupayakan terwujudnya suatu sistem pangan yang mampu memberikan perlindungan kepada masyarakat yang mengonsumsi pangan sehingga pangan yang diedarkan dan/atau diperdagangkan tidak merugikan serta aman bagi kesehatan jiwa manusia. Dengan perkataan lain harus memenuhi persyaratan keamanan pangan. Produk pangan yang dikonsumsi masyarakat pada dasarnya melalui suatu mata rantai proses yang meliputi produksi, penyimpanan, pengangkutan, peredaran hingga tiba di tangan konsumen. Agar keseluruhan mata rantai tersebut memenuhi persyaratan keamanan, mutu dan gizi pangan, maka perlu diwujudkan suatu sistem pengaturan, pembinaan dan pengawasan yang efektif di bidang keamanan, mutu dan gizi pangan.” (Ilat, 2015)

Makanan yang sudah kadaluarsa tentunya sangatlah merugikan bagi konsumen yang sudah membeli dan mengkonsumsinya. Bagi pelaku usah, makanan kadaluarsa bisa dijual kembali dengan mengganti *digital expired* atau lebel kadaluarsa makanan tersebut diganti dengan *digital expired* yang baru (lebel kadaluarsa yang diperbarui tanggalnya). Hal ini tidak sesuai dan menyalahi aturan yang berlaku dalam Pasal 99 Undang-Undang Nomor 18 tahun 2012 tentang pangan yang berbunyi ”Setiap Orang dilarang menghapus, mencabut, menutup, mengganti label, melabel kembali, dan/atau menukar tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa Pangan yang diedarkan”.

Berdasarkan penjabaran diatas, terkait pelaku usaha yang mengganti *digital expired* (lebel tanggal kadaluarsa) pada makanan dan memperbarui tanggal kadaluwarsanya, sedangkan makanan itu sudah mencapai tanggal kadaluwarasa dan merugikan konsumen. Sesuai dengan pasal 143 Undang-Undang Pangan bentuk pertanggungjawaban dari tindakan pelaku usaha tersebut berbunyi ” Setiap Orang yang dengan sengaja menghapus, mencabut, menutup, mengganti label, melabel kembali, dan/atau menukar tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa Pangan yang diedarkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 99 dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Jadi, dalam pengaturan menurut Undang-Undang nomor 18 tahun 2012 tentang pangan, bentuk pertanggungjawaban secara hukum terkait

tindakan pelaku usaha yang mengganti *digital expired* (lebel tanggal kadaluarsa) yang sudah mencapai tanggal kadaluarsa berubah menjadi *digital expired* yang telah diperbarui dengan memperpanjang tanggal kadaluarsa. Dapat dikenakan pasal 143 Undang-Undang Nomor 18 tahun 2012 yang berbunyi ” Setiap Orang yang dengan sengaja menghapus, mencabut, menutup, mengganti label, melabel kembali, dan/atau menukar tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa Pangan yang diedarkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 99 dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah)”.

#### **2.6. Subyek Hukum yang Bertanggungjawab Terkait Penggantian *Digital Expired* pada Makanan Kadaluarsa**

Jadi, untuk menarik kesimpulan terkait subyek hukum terkait pelaku usaha yang mengganti *digital expired* pada makanan kadaluarsa, kita harus memahami kedudukan subyek hukum tentang pelaku usaha maupun konsumen dalam hal tersebut. Pelaku usaha merupakan perseorangan atau badan usaha yang melakukan kegiatan usaha dalam berbagai ekonomi, baik yang berbadan hukum ataupun tidak berbadan hukum. Sedangkan konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi dengan tujuan tertentu.

Hubungan antara keduanya sebagai produsen (pelaku usaha) dengan konsumen (pembeli) Secara umum hubungan hukum antara produsen atau pelaku usaha dengan konsumen (pemakai akhir) dari suatu produk merupakan

hubungan yang terus menerus dan berkesinambungan. Hubungan mana terjadi karena adanya saling keterkaitan kebutuhan antara pihak produsen dengan konsumen. Seperti yang dikutip Fedric, Ngeboe, menurut Sudaryatmo, hubungan hukum antara produsen dengan konsumen karena keduanya menghendaki dan mempunyai tingkat keterkaitan yang cukup tinggi antar yang satu dengan yang lain. (Nggeboe, 2015)

Produsen membutuhkan dan bergantung kepada dukungan konsumen sebagai pelanggan, di mana tanpa adanya dukungan konsumen maka tidak mungkin produsen dapat menjadi kelangsungan usahanya, sebaliknya konsumen membutuhkan barang dari hasil produksi produsen. Saling ketergantungan kebutuhan tersebut di atas dapat menciptakan suatu hubungan yang terus dan berkesinambungan sepanjang masa. Hubungan hukum antara produsen dengan konsumen yang berkelanjutan terjadi sejak proses produksi, distribusi, pemasaran dan penawaran.

Dari hubungan hukum secara individual antara konsumen dengan pelaku usaha telah melahirkan beberapa doktrin atau teori yang dikenal dalam perjalanan sejarah hukum perlindungan konsumen, sebagai berikut :

a. *Let the Buyer Beware (caveat emptor)*

Doktrin ini berasumsi bahwa antara pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang sangat seimbang, sehingga tidak perlu ada proteksi apapun bagi konsumen. Menurut doktrin ini, dalam hubungan jual beli keperdataan yang wajib berhati-hati adalah pembeli (konsumen). Dengan

demikian akan menjadi kelsahan dan tanggung jawab konsumen itu sendiri sampai membeli dan mengkonsumsi produk yang tidak layak. Doktrin ini banyak ditentang oleh gerakan perlindungan konsumen. (Nggeboe, 2015)

b. *The Due Care Theory*

Doktrin ini menyatakan bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasyarakatkan produknya, baik barang maupun jasa, dan selama berhati-hati maka pelaku usaha tidak dapat dipersalahkan bila terjadi kerugian yang diderita oleh konsumen. Jika ditafsirkan secara acontrario, maka untuk menyatakan pelaku usaha, seseorang (konsumen) harus dapat membuktikan bahwa pelaku usaha tersebut telah melanggar prinsip kehati-hatian. (Nggeboe, 2015)

c. *The Privity of Contract*

Prinsip ini menyatakan bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika diantara mereka telah terjadi suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat dipersalahkan atas hal-hal diluar yang telah diperjanjikan, artinya konsumen boleh menggugat pelaku usaha berdasarkan wanprestasi (*contractual liability*). (Nggeboe, 2015)

Dalam pengaturan UUPK, dari hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha telah melahirkan 2 bentuk tanggung jawab, yaitu : tanggung jawab produk (*produk liability*) dan tanggung jawab profesional (profesional

liability), ketentuan tersebut terdapat dalam Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 UUPK. Beberapa pengertian tanggung jawab produk :

a. Tanggung jawab produk yang bisa disebut “*Product liability*” adalah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan yang menghasilkan suatu produk (produk manufacturer) atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk (*processor assembier*) atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk (*processor assembier*) atau dari orang atau badan yang menjual atau mendistribusikan (seller,distributor) produk tersebut.

b. Tanggung jawab (tanggung gugat) produk merupakan terjemahan bebas dalam bahasa Indonesia secara populer sering disebut dengan “ *product liability*” adalah suatu konsepsi hukum yang intinya dimaksudkan memberikan perlindungan kepada konsumen yaitu dengan jalan membebaskan konsumen dari beban untuk membuktikan bahwa kerugiankonsumen timbul akibat kesalahan dalam proses produksi dan sekaligus melahirkan tanggung jawab produsen untuk memberikan ganti rugi.

c. Tanggung jawab produk dapat diartikan sebagai tanggung jawab para produsen untuk produk yang dibawanya kedalam peredaran, yang menimbulkan atau menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut. Kata “produk” diaertikannya sebagai barang, baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak (tetap). Tanggung jawab itu dapat bersifat kontraktual (perjanjian) atau berdasarkan undang-undang (gugatannya

atas perbuatan melawan hukum), namun dalam tanggungjawab produk, penekanannya ada pada yang terakhir (*tortious liability*).

Jadi, dalam doktrin atau teori yang dikenal dalam perjalanan sejarah hukum perlindungan konsumen melahirkan kesimpulan dengan menggunakan salah satu teori dalam sejarah perlindungan konsumen yaitu *The Privity of Contract*. Prinsip ini menyatakan bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika diantara mereka telah terjadi suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat dipersalahkan atas hal-hal diluar yang telah diperjanjikan, artinya konsumen boleh menggugat pelaku usaha berdasarkan wanprestasi (*contractual liability*). (Nggeboe, 2015).

Sesuai dengan pasal 143 Undang-Undang Pangan bentuk pertanggungjawaban dari tindakan pelaku usaha tersebut berbunyi ” Setiap Orang yang dengan sengaja menghapus, mencabut, menutup, mengganti label, melabel kembali, dan/atau menukar tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa Pangan yang diedarkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 99 dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Pelaku usaha adalah subyek hukum yang bertanggungjawab atas penggantian lebel kadaluarsa (*Digital Expired*) pada makanan kadaluarsa, karena dalam prinsip tersebut menjelaskan bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, walaupun dalam konsep tersebut

pelaku usaha tidak dapat disalahkan atas diluar yang telah diperjanjikan, namun dalam konsep ini menjelaskan bahwa konsumen bisa dan boleh menggugat pelaku usaha berdasarkan wanprestasi dengan aturan yang sudah tertulis dalam UUPK tentang perbuatan yang dilarang pelaku usaha pasal 8 ayat (1) huruf d ‘Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa sebut’ yang akan mendapat sanksi dalam UUPK pasal 62 ayat (1) “ Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17, ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e., ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).”

Pelaku usaha juga bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Sesuai dengan pasal 19 ayat (1) UUPK Jo pasal 1365 BW yang berbunyi “Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian tersebut.

