

MONOGRAF

**Upaya Perlindungan Hukum
Konsumen Mie Instan
Kadaluarsa**



FILU MARWATI SANTOSO PUTRI

MONOGRAF

UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN MIE INSTAN KADALUARSA

FILU MARWATI SANTOSO PUTRI

CV. MITRA EDUKASI NEGERI



MONOGRAF
UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN MIE INSTAN
KADALUARSA

ISBN : 978-623-97926-9-5

Penulis:

Filu Marwati Santoso Putri

Editor:

Anton Respati Pamungkas

Penyunting:

Bingar Hernowo

Penerbit:

CV Mitra Edukasi Negeri

Redaksi:

Perumahan GMA Cepokosari,

Jalan Rese Indah H1, Cepokoajar, Sitimulyo, Piyungan, Bantul, Kode Pos
55792

Telp: +6289529518280

Cetakan pertama, Desember 2021

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara
apapun tanpa ijin tertulis penerbit

PENGANTAR PENULIS

Indonesia, di akhir tahun 2018 menempati posisi konsumsi mie instan terbanyak kedua di dunia. Kondisi ini menyebabkan produksi mie instan yang bermilyar-milyar setiap tahunnya. Namun, dalam kondisi ini ternyata konsumen seringkali mendapatkan kerugian dari tidak bertanggungjawabnya pihak retail, terkhusus toko-toko kecil. Pencantuman tanggal kadaluarsa pada mie instan seringkali tidak dipedulikan, hingga menyebabkan mie instan kadaluarsa tetap diperjualbelikan atas ketidaktahuan penjual maupun pembeli. Pengawasan yang dilakukan pemerintah melalui Badan POM kurang menjangkau pada toko-toko kecil eceran, sehingga banyak mie instan yang kadaluarsa lolos dari pengawasan. Berdasarkan hasil survey peneliti, ditemukan setidaknya satu jenis mie instan yang kadaluarsa pada 10 toko kecil di Kota Yogyakarta. Dari hasil wawancara, penjual menyatakan tidak mengetahui kalau produk tersebut kadaluarsa. Bahkan, dua di antaranya mengatakan bahwa produk tersebut baru diambil dari supplier.

Keprihatnan atas kondisi tersebut membuat penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian terkait dengan upaya perlindungan hukum bagi konsumen mie instan kadaluarsa dan menuangkannya dalam sebuah bahan ajar berbentuk monograf yang diedarkan secara nasional sehingga ilmu yang tertulis bisa tersampaikan kepada masyarakat secara luas. Penelitian ini menggunakan metode deskripsi analitis. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Informan penelitian adalah pelaku usaha pemilik toko yang menjual mie kadaluarsa di Kota Yogyakarta dengan jumlah 10 orang.

Harapan penulis, semoga monograf ini bisa menjadi sarana edukasi dan pencerahan kepada pihak-pihak yang terkait terkhusus konsumen dan pelaku usaha, sehingga tidak ada lagi kerugian akibat makanan kadaluarsa. Terimakasih penulis haturkan kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan penelitian dan penyusunan monograf ini, semoga menjadi amal jariyah buat semuanya. Aamiin

Salam sejahtera,
Falu Marwati Santoso Putri

BAB I

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dunia juga diikuti dengan peningkatan variasi bisnis berbasis pangan, makanan-makanan substitusi pun mulai bermunculan. Indonesia, dengan peningkatan jumlah penduduk yang semakin pesat hingga mencapai peringkat tiga terbesar dunia, sudah sewajarnya memiliki kebutuhan pangan yang cukup besar pula. Proporsi keberadaan makanan pokok utama tidak memadai dengan jumlah kebutuhan pangan masyarakat. Oleh sebab itu, diperlukan makanan pengganti yang kandungannya menyerupai makanan pokok.

Kebutuhan akan makanan yang terus meningkat tersebut menjadikan Indonesia sebagai pasar barang pangan yang sangat potensial. Perusahaan-perusahaan dengan memanfaatkan teknologi semakin berlomba-lomba untuk memproduksi makanan pengganti pangan, salah satunya adalah mie instan.

Gambar 1.1
Permintaan Mie Instan di Dunia Tahun 2018

Negara	Permintaan
China	40.250
Indonesia	12.540
India	6.060
Jepang	5.780
Vietnam	5.200
Amerika Serikat	4.400
Filipina	3.980
Korea Selatan	3.820
Thailand	3.460
Brazil	2.370

Indonesia, di akhir tahun 2018 menempati posisi konsumsi mie instan terbanyak kedua di dunia. Kondisi ini menyebabkan produksi mie instan yang bermilyar-milyar setiap tahunnya. Proses produksi yang besar-besaran tersebut memberikan hubungan simbiosis mutualisme kepada berbagai pihak, baik produsen, distributor, maupun konsumen. Namun, dalam kondisi ini ternyata konsumen seringkali mendapatkan kerugian dari tidak bertanggungjawabnya pihak retail, terkhusus toko-toko kecil. Pencantuman tanggal kadaluarsa pada mie instan seringkali tidak dipedulikan, hingga menyebabkan mie instan kadaluarsa tetap diperjualbelikan atas ketidaktahuan penjual maupun pembeli.

Kadaluarsa adalah suatu kondisi dimana produk makanan sudah lewat umur tanggal yang ditentukan saat produksi, sehingga tidak layak untuk dikonsumsi. Produk yang tidak layak konsumsi seharusnya tidak layak jual juga karena akan merugikan konsumen. Kerugian yang diderita oleh konsumen tidak hanya secara materi, tetapi juga permasalahan kesehatan serius yang bisa berujung pada kematian. Oleh sebab itu, selain penjual yang selektif, seorang pembeli sebagai konsumen dituntut untuk cerdas dalam memilih makanan dengan selalu memperhatikan masa kadaluarsa. Namun, permasalahan kerugian konsumen tidak berhenti di situ, dalam rangka meraup keuntungan yang lebih besar dalam persaingan global, beberapa produsen tidak mencantumkan masa kadaluarsa untuk menekan angka kerugian akibat produksi makanan kadaluarsa yang tidak laku dijual. (Lubis, 2009)

BAB II

PERMASALAHAN PEREDARAN MIE INSTAN KADALUARSA DI YOGYAKARTA

Pengawasan yang dilakukan pemerintah melalui Badan POM kurang menjangkau pada toko-toko kecil eceran, sehingga banyak mie instan yang kadaluarsa lolos dari pengawasan. Berdasarkan hasil survey peneliti, ditemukan setidaknya satu jenis mie instan yang kadaluarsa pada 10 toko kecil di Kota Yogyakarta. Dari hasil wawancara, penjual menyatakan tidak mengetahui kalau produk tersebut kadaluarsa. Bahkan, dua di antaranya mengatakan bahwa produk tersebut baru diambil dari supplier.

Badan Pengawas Obat dan Makanan yang disingkat BPOM berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2001 Tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Lembaga Pemerintah Non Departemen, merupakan badan yang bertugas di bidang pengawasan obat dan makanan yakni mengawasi keamanan, mutu, dan gizi pangan yang beredar di dalam negeri. (Kristiyanti, 2009)

Kondisi di atas menggambarkan bahwa tugas Badan POM sebagai badan pengawas Obat dan Makanan belum menjangkau kalangan toko kecil, sehingga kondisi mutu dan kualitas produk belum bisa terjamin. Sebagai pihak yang dirugikan, konsumen berhak mendapatkan perlindungan hukum dari pemerintah apabila terjadi hal-hal yang merugikan terkait dengan pembelian produk termasuk makanan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memberi pengaturan mengenai larangan yang tidak boleh dilakukan bagi produsen dalam memproduksi barang produksinya untuk melindungi konsumen. (Shidarta, 2000). Namun, peraturan di undang-undang tidak sejalan dengan fakta di lapangan, maka dari itu perlunya sosialisasi yang lebih serta pengawasan dari BPOM agar tidak terjadinya kadaluarsa terhadap mie instan di kota Yogyakarta. Dalam upaya memperluas jangkauan, pemerintah bersama BPOM perlu melibatkan masyarakat sebagai pengawas, sehingga dampak dari mie instan kadaluarsa yang merugikan konsumen bisa dicegah.

BAB III

PERLINDUNGAN KONSUMEN

Pengertian perlindungan konsumen di kemukakan oleh berbagai sarjana hukum salah satunya Az. Nasution mendefinisikan perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur hubungan dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. (Nasution, 2002)

Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. (Zulham, 2013). Setiap orang pada suatu waktu, dalam posisi tunggal/sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk barang dan/atau jasa tertentu. Keadaan universal ini pada beberapa sisi menunjukkan adanya kelemahan pada konsumen, sehingga konsumen tidak mempunyai kedudukan yang aman. Oleh karena itu, secara mendasar konsumen juga membutuhkan perlindungan hukum yang bersifat universal. (Imaniyati, 2000)

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

Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan beberapa langkah berikut : (al, 2000)

1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum;
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha;
3. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;
4. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktek usaha yang menipu dan menyesatkan; dan
5. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.

Menurut Pasal 2 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. (R.I, 1999). Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu: (Ahmadi Miru, 2015)

1. Asas Manfaat

Asas manfaat mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

2. Asas Keadilan

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

3. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spritual.

4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

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

5. Asas Kepastian Hukum

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

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

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

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

BAB IV KONSUMEN

Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi. (Sidalabok, 2014)

Istilah lain yang agak dekat dengan konsumen adalah “pembeli” (koper). Pengertian konsumen jelas lebih luas daripada pembeli. Luasnya pengertian konsumen dilukiskan secara sederhana oleh mantan Presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy dengan mengatakan, “*Consumers by definition include us all*”. (Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, 2013)

Dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, istilah “konsumen” sebagai definisi yuridis formal ditemukan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan

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

- a. Konsumen adalah setiap orang maksudnya adalah orang perorangan dan termasuk juga badan usaha (badan hukum atau non hukum).

- b. Konsumen sebagai pemakai Pasal 1 angka 2 UUPK menegaskan bahwa UUPK menggunakan kata “pemakai” untuk pengertian konsumen akhir. Hal ini disebabkan karena pengertian pemakai lebih luas yaitu semua orang mengkonsumsi barang dan/atau jasa untuk diri sendiri.
- c. Barang dan/atau jasa. Barang yaitu segala macam benda (berdasarkan sifatnya untuk diperdagangkan) dan dipergunakan oleh konsumen. Jasa yaitu layanan berupa pekerjaan atau prestasi yang tersedia untuk digunakan oleh konsumen.
- d. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia dalam masyarakat. Barang dan/atau jasa yang akan diperdagangkan telah tersedia di pasaran, sehingga masyarakat tidak mengalami kesulitan untuk mengkonsumsinya.
- e. Barang dan/atau jasa digunakan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain atau makhluk hidup. Dalam hal ini tampak adanya teori kepentingan pribadi terhadap pemakaian suatu barang dan/atau jasa.
- f. Barang dan/atau jasa tidak untuk diperdagangkan. Pengertian konsumen dalam UUPK dipertegas, yaitu hanya konsumen akhir, sehingga maksud dari pengertian ini adalah konsumen tidak memperdagangkan barang dan/atau jasa yang telah diperolehnya namun untuk dikonsumsi sendiri.

Sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 angka 2 Undang-undang Perlindungan Konsumen tersebut bahwa konsumen yang dimaksud adalah konsumen akhir. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa semua orang adalah konsumen karena membutuhkan barang

dan jasa untuk mempertahankan hidupnya sendiri, keluarganya, ataupun untuk memelihara/merawat harta bendanya. Hak dan kewajiban konsumen dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Hak Konsumen

Dalam pengertian hukum, umumnya yang dimaksud dengan hak adalah kepentingan hukum yang dilindungi oleh hukum. Kepentingan sendiri berarti tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi. Sehingga dapat dikatakan bahwa hak adalah suatu tuntutan yang pemenuhannya dilindungi oleh hukum. (Mertokusumo, 2005)

Pada dasarnya hak bersumber dari tiga hal, yaitu:

1) Hak manusia karena kodratnya;

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

2) Hak yang lahir dari hukum;

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

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

Yaitu hak yang didasarkan pada perjanjian/ kontrak antara orang yang satu dengan yang lain. Contohnya peristiwa jual beli. Hak pembeli adalah menerima barang, sedangkan hak penjual adalah menerima uang. Dengan demikian, hak-hak konsumen itu terdiri dari:

- a) Hak konsumen sebagai manusia (yang perlu hidup);
- b) Hak konsumen sebagai subyek hukum dan warga negara (yang bersumber dari undang-undang/ hukum); dan
- c) Hak konsumen sebagai pihak-pihak dalam kontrak (dalam hubungan kontrak dengan konsumen-pelaku usaha).

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

- a) Hak perlindungan kesehatan dan keamanan;
- b) Hak perlindungan kepentingan ekonomi;
- c) Hak mendapat ganti rugi; dan
- d) Hak untuk didengar.

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

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa;

- b) Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/ atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa;
- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ atau jasa yang digunakan;
- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

Selanjutnya masing-masing hak-hak konsumen tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:18

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
Konsumen berhak mendapatkan produk yang nyaman, aman, dan yang memberi keselamatan. Oleh karena itu,

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

- b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Hak untuk memilih dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk-produk tertentu sesuai dengan kebutuhannya, Kebebasan memilih ini berarti tidak ada unsur paksaan atau tipu daya dari pelaku usaha.
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan/sesuai kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk.
- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Hak untuk didengar ini merupakan hak dari konsumen agar tidak dirugikan lebih

lanjut, atau hak untuk menghindarkan diri dari kerugian. Hak ini dapat berupa pertanyaan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan produk-produk tertentu apabila informasi yang diperoleh tentang produk tersebut kurang memadai, ataukah berupa pengaduan atas adanya kerugian yang telah dialami akibat penggunaan suatu produk, atau yang berupa pernyataan/ pendapat tentang suatu kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan kepentingan konsumen. Hak ini dapat disampaikan baik secara perorangan, maupun secara kolektif, baik yang disampaikan secara langsung maupun diwakili oleh suatu lembaga tertentu, misalnya melalui YLKI.

- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Pelaku usaha tentu memahami mengenai barang dan/atau jasa, sedangkan di sisi lain, konsumen sama sekali tidak memahami proses yang dilakukan oleh pelaku usaha. Sehingga posisi konsumen lebih lemah dibanding pelaku usaha. Oleh karena itu, konsumen perlu mendapat advokasi, perlindungan, serta upaya penyelesaian sengketa secara patut.
- f) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen; Konsumen berhak mendapatkan pembinaan dan pendidikan mengenai mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang baik. Produsen/pelaku usaha wajib memberi informasi yang benar dan mendidik sehingga

konsumen makin dewasa bertindak dalam memenuhi kebutuhannya, bukan sebaliknya mengeksploitasi kelemahankelemahan konsumen terutama wanita dan anak-anak.

- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; Sudah merupakan hak asasi manusia untuk diperlakukan sama. Pelaku usaha harus memberikan pelayanan yang sama kepada semua konsumennya, tanpa memandang perbedaan ideologi, agama, suku, kekayaan, maupun status sosial.
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan Hak atas ganti kerugian dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak akibat adanya penggunaan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen. Untuk merealisasikan hak ini tentu saja harus melalui prosedur tertentu, baik yang diselesaikan secara damai (diluar pengadilan) maupun yang diselesaikan melalui pengadilan.
- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya. Sesuai dengan kedudukannya sebagai konsumen berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Adanya ketentuan ini membuka kemungkinan berkembangnya pemikiran

tentang hak-hak baru dari konsumen di masa yang akan datang, sesuai dengan perkembangan zaman.

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

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

BAB V

MAKANAN DAN MINUMAN KADALUARSA

Perlindungan Konsumen mengisyaratkan jaminan mutu dan kualitas produk yang baik dan aman. Untuk senantiasa menjaga keamanan produk maka diperlukan pengaturan mengenai makanan kadaluwarsa yang seringkali menjadi masalah dalam mengkonsumsi suatu produk. Menurut Keputusan Dirjen POM No. 02591/B/SK/VIII/1991 tentang Perubahan Lampiran Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 180/Men.Kes/Per/IV/1985 tentang Makanan Daluwarsa³³ menyatakan bahwa:

1. Makanan adalah barang yang diwadahi dan diberikan label dan yang digunakan sebagai makanan atau minuman manusia akan tetapi bukan obat.
2. Label adalah tanda berupa tulisan, gambar, atau bentuk pernyataan lain yang disertakan pada wadah atau pembungkus makanan sebagai keterangan atau penjelasan.
3. Makanan daluwarsa adalah makanan yang telah lewat tanggal daluwarsa.
4. Tanggal daluwarsa adalah batas akhir suatu makanan dijamin mutunya sepanjang penyimpanannya mengikuti petunjuk yang diberikan oleh produsen.

Pada Pasal 2 ayat 1 Keputusan Dirjen. POM No. 02591/B/SK/III/1991 tentang Perubahan Lampiran Permenkes No. 180/Menkes/Per/IV/1985 tentang Keputusan Dirjen POM No. 02591/B/SK/ VIII/1991 tentang Perubahan Lampiran Peraturan Menteri

Kesehatan Nomor 180/Men.Kes/Per/IV/1985 tentang Makanan Daluwarsa.

Makanan Daluwarsa menyatakan bahwa pada label dari makanan tertentu yang diproduksi, diimpor dan diedarkan harus dicantumkan tanggal daluarsa secara jelas. Sedangkan apabila dilihat pada Pasal 5 ayat 1 Keputusan Dirjen. POM No. 02591/B/SK/ VIII/1991 tentang Perubahan Lampiran Permenkes No. 180/Menkes/Per/IV/1985 tentang Makanan Daluwarsa menyatakan pelanggaran terhadap pasal 2 dikenakan dari sanksi yang bersifat administratif dan ketentuanketentuan yang berlaku.

Makanan kadaluarsa merupakan salah satu pangan yang dapat merugikan konsumen apabila dikonsumsi. Kadaluarsa mempunyai arti sebagai sudah lewat ataupun habisnya jangka waktu sebagaimana yang telah ditetapkan dan apabila dikonsumsi, maka makanan tersebut dapat membahayakan bagi kesehatan yang mengkonsumsinya.

Kadaluarsa jika disimpulkan adalah penjualan barang ataupun peredaran produk kemasan dan makanan yang sudah tidak layak dijual kepada konsumen. Hal ini disebabkan karena produk tersebut telah kadaluarsa sehingga dapat mengganggu kesehatan dan apabila dikonsumsi dalam jangka waktu yang cukup lama dapat menyebabkan kanker.

Makanan kadaluarsa selalu banyak kaitannya dengan daya simpan (*shelf life*) makanan tersebut. Daya simpan adalah kisaran waktu sejak makanan selesai diolah atau diproduksi oleh pabrik sampai konsumen menerima produk tersebut dalam kondisi dengan mutu yang baik, sesuai dengan harapan konsumen. Dalam hal ini persyaratan

makanan yang masih memiliki mutu yang baik merupakan faktor yang penting. Daya simpan inilah yang nanti menentukan waktu kadaluarsa suatu makanan. Oleh karena itu waktu kadaluarsa adalah batas akhir dari suatu daya simpan. Batas kadaluarsa merupakan batas dimana mutu makanan masih

baik, lebih dari waktu tersebut makanan akan mengalami tingkat penerunan sedemikian rupa sehingga makanan tersebut dipandang tidak lagi pantas dikonsumsi oleh masyarakat atau konsumen.

Tanggal kadaluarsa merupakan batas jaminan produsen ataupun pelaku usaha terhadap keamanan produk yang diproduksinya. Sebelum mencapai tanggal yang telah ditetapkan tersebut kualitas atas produk tersebut dapat dijamin oleh produsen atau pelaku usaha sepanjang kemasannya belum terbuka ataupun penyimpanannya sesuai dengan seharusnya.

Apabila makanan telah memasuki batas tanggal penggunaannya maka makanan tersebut sudah tidak layak untuk dikonsumsi karena didalam makanan tersebut sudah tercemar oleh bakteri maupun kuman sehingga kualitas mutu dari produk tersebut tidak lagi dijamin oleh produsen.

BAB VI

METODE PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN MIE INSTAN KADALUARSA

A. Spesifikasi Penelitian

Ditinjau dari sifatnya, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif analitik yang menguraikan tentang upaya perlindungan hukum konsumen terhadap mie instan kadaluarsa dengan melibatkan pihak pemerintah melalui BPOM dan masyarakat.

B. Informan Penelitian

Penentuan informan dilakukan secara *purposive sampling*, sesuai kepentingan dan keperluan dalam menganalisis perkembangan informasi maupun sumbernya yang dapat berkembang mengikuti prinsip bola salju (*snow ball*), dan pilihan sampel berakhir ketika jumlah informan telah memenuhi sebanyak 10 orang serta validitas informasi sudah dirasa cukup untuk kepentingan analisis data.

C. Jenis Data

1. Data Primer

Data primer didapatkan dari lokasi penelitian langsung melalui metode wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang didapatkan dari sumber tidak langsung seperti referensi pustaka, makalah serta hasil penelitian yang hampir sama sebelumnya.

3. Data Tersier

Data tersier merupakan data yang didapatkan peneliti melalui peraturan perundangan yang berlaku.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Metode penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap pelaku usaha yang menjual mie instan kadaluarsa.

2. Metode Studi Pustaka

Metode penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui membaca, mencatat dan mengutip dari beberapa pustaka maupun peraturan perundangan yang berhubungan dengan tema penelitian yang diteliti oleh peneliti.

E. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis kualitatif. Analisis secara kualitatif adalah analisis data yang tidak bisa dikategorikan secara statistik. Dalam analisis kualitatif ini, maka penginterpretasian terhadap apa yang ditemukan dan pengambilan kesimpulan akhir menggunakan logika atau penalaran sistematis. Model analisis kualitatif digunakan model analisis interaktif, yang terdiri dari empat tahapan :

1. Reduksi

Merupakan proses mengederhanakan data. Menerjemahkan data dari hasil wawancara informan sesuai dengan efisiensi penelitian.

2. Penyajian data

Penyajian data dilakukan dengan menarasikan hasil wawancara sesuai dengan kebutuhan penelitian. Beberapa data pelengkap disajikan dalam bentuk tabel seperti profesi dan umur.

3. Penyajian terapan

Merupakan tahapan yang dilakukan setelah gambaran data selesai disajikan. Difungsikan untuk memberikan solusi atas permasalahan/ fenomena yang diamati atau didapatkan dari hasil wawancara. Penyajiannya berbentuk narasi detail sesuai dengan kebutuhan penelitian.

4. Penarikan kesimpulan

Merupakan proses peninjauan ulang dari keseluruhan hasil penelitian, kemudian disederhanakan dalam sebuah pernyataan, dan menjadi dasar atau inti penelitian.

BAB VII

GAMBARAN PEREDARAN MIE INSTAN KADALUARSA DI YOGYAKARTA

Dalam upaya memotret kondisi peredaran mie instan kadaluarsa di Yogyakarta, peneliti melakukan studi kualitatif pada 10 warung yang menjual mie instan kadaluarsa dengan merk yang beragam. Teknik pengambilan sampel menggunakan *snowball sampling*, di mana informan berikutnya didapatkan dari informasi informan sebelumnya.

Dari hasil wawancara terhadap 10 sampel, didapatkan hasil bahwa keseluruhan informan tidak mengetahui jika mie instan yang dijual sudah kadaluarsa. Kondisi tersebut disebabkan karena penjual tidak melakukan cek pada saat barang datang dari distributor maupun secara berkala pada setiap mie instan yang dijual. Berikut beberapa pernyataan informan penelitian terkait dengan temuan mie instan kadaluarsa yang masih beredar di warung mereka.

“ ...Jadi gini, Nak ... Saat barang datang kan kardusan. Kita langsung buka dan masukin aja ke rak. Kita percaya aja pada distributor, dan nggak pernah cek-cek tanggal. Eh, nggak tahunya udah kadaluarsa ...” (Yt)

“ ... Mbak, tapi kami tidak tahu loh itu kadaluarsa di kami apa kadaluarsa dari distributornya, soalnya kami tidak sempat kalau harus cek tanggal pada saat barang masuk, orang segini banyak ...” (Sr)

Selanjutnya, berhubungan dengan komplain pembeli yang pernah membeli mie instan kadaluarsa, menurut hasil penelitian diketahui bahwa 20% informan penelitian pernah menerima keluhan dan pengembalian mie instan kadaluarsa yang telah mereka beli.

“ ... Pernah sih dikembalikan oleh pembeli tapi udah lama banget, Mbak. Sekali aja ...” (Id)

“ ... Ceritanya dulu memang ada yang dapat kadaluarsa, tapi cuma satu orang yang kembalikan, lainnya mungkin langsung dibuang. Habis dikembalikan terus saya kembalikan juga ke orang yang setorin (distributor), setelahnya mikirnya udah aman, jebul masih ada lagi ...” (Fr)

Terkait edukasi maupun pemberian informasi dari pemerintah setempat terkhusus BPOM mengenai manajemen peredaran makanan termasuk mie instan kepada pemilik warung sebagai pelaku usaha, keseluruhan informan menyatakan bahwa hingga saat ini mereka belum pernah mendapatkan sebagaimana beberapa pernyataan dari informan berikut ini :

“ ... Belum. Tahunya paling Cuma dari baca-baca atau berita ... ” (Sn)

“ ... Kalau secara langsung mengenai makanan kadaluarsa tidak pernah sih. Dulu pernah ikut tapi seingat saya mengenai perijinan ...” (Nr)

Sesuai dengan hasil wawancara secara keseluruhan yang dilakukan oleh peneliti, secara detail dapat disimpulkan terkait dengan peredaran mie instan kadaluarsa di Yogyakarta sebagai berikut :

1. Mie instan kadaluarsa masih beredar di warung-warung wilayah Yogyakarta tanpa sepengetahuan pelaku usaha maupun pembeli.
2. Pelaku usaha tidak melakukan pengecekan secara berkala terhadap produk-produk yang mereka jual, termasuk diantaranya mie instan.
3. Kesadaran pelaku usaha terkait dengan bahaya peredarana mie instan kadaluarsa masih rendah.

4. Edukasi yang dilakukan oleh BPOM terkait dengan manajemen peredaran makanan belum menjangkau keseluruhan ke semua pelaku usaha.

BAB VIII

PENERAPAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN BAGI KONSUMEN

Pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia telah memberikan batasan tentang hak-hak konsumen sebagai pembeli, yang terdiri dari hak atas :

1. Kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.
2. Memilih barang dan jasa, memperoleh dan memanfaatkan sesuai dengan harga, keadaan, serta garansi yang menyertainya.
3. Mendapatkan perlakuan atau pelayanan dengan baik dan amanah serta tidak pilih kasih.
4. Mendapatkan ganti rugi dengan anti produk apabila barang dan jasa yang diterima tidak memenuhi kaidah yang dijanjikan.

Disamping memberikan jaminan atas hak sebagai konsumen barang dan jasa, dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), pemerintah juga mengatur tentang jaminan hak atas advokasi, perlindungan, upaya penyelesaian jika terjadi sengketa, pembinaan, serta edukasi yang diberikan oleh pemerintah. Selanjutnya, masih di UUPK juga pada Pasal 5 diterangkan juga tentang kewajiban konsumen untuk mencermati serta taat pada prosedur pemakaian sesuai dengan informasi yang tertera pada produk barang dan jasa untuk menjamin keselamatan, keamanan. Kewajiban lainnya yang diatur adalah terakit dengan niat baik dalam bertransaksi dengan

memberikan nominal pembayaran sesuai harga yang disepakati, dan bersedia menjalani upaya penyelesaian hukum dengan baik jika terjadi sengketa.

Menilik dari berbagai kasus tentang makanan kadaluarsa yang hingga saat ini masih dianggap sepele, maka dapat disimpulkan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen masih belum diterapkan sesuai dengan peruntukannya. Pelaku usaha yang bertindak sebagai penyedia barang dan jasa hingga saat ini masih kurang memperhatikan kewajiban masing-masing dan hak konsumen yang harus ditunaikan. Pemerintah melalui kepanjangan tangan di masing-masing daerah selama beberapa tahun ini sudah berusaha memberikan edukasi kepada masyarakat sebagai konsumen dan pelaku usaha terkait dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Bentuk edukasi yang dilakukan beragam, mulai dari sosialisasi per wilayah maupun seminar nasional. Dengan adanya edukasi tersebut, pemerintah berharap terdapat peningkatan pengetahuan dan perilaku baik konsumen maupun pelaku usaha yaitu menunaikan kewajiban dan hak sesuai dengan porsi masing-masing sehingga kasus masyarakat mengkonsumsi makanan termasuk mie instan kadaluarsa tidak lagi terjadi.

Penyebarluasan informasi dan pemahaman Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut selain ditujukan untuk melindungi masyarakat sekaligus mengingatkan pelaku usaha agar senantiasa memperhatikan kualitas dan keamanan barang dan jasa yang dijual serta didistribusikan. Disamping memberikan edukasi untuk melindungi keselamatan konsumen dan kewajiban pelaku usaha, Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga memberikan gambaran tindakan yang

harus dilakukan oleh konsumen jika dirugikan baik secara materi maupun kesehatan atas adanya kecacatan pada produk dan jasa termasuk di antaranya pada kondisi kadaluarsa.

Harapannya, dengan meluasnya informasi tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen maka masyarakat mampu cerdas secara hukum saat merasa menjadi korban maupun dirugikan oleh perusahaan, distributor, maupun pelaku usaha. Sejauh ini, masyarakat seringkali menutup diri saat mendapatkan kerugian barang dan jasa terkhusus pada kasus kadaluarsa makanan. Hal tersebut sebagian besar karena masyarakat belum paham haknya dan belum mengetahui tentang perlindungan pemerintah atas keamanannya sebagai konsumen. Kondisi tersebut menyebabkan hingga saat ini belum ada pelaku usaha maupun pengusaha yang mendapatkan sanksi secara tegas atas kelalaiannya dalam hal pengecekan tanggal kadaluarsa ada produk dan jasa.

BAB IX

PERAN BPOM TERHADAP PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN YANG BEREDAR DI MASYARAKAT

Permasalahan terkait peredaran makanan di pasar secara umum terdiri dari dua jenis, yaitu makanan yang beredar tanpa izin dan makanan kadaluarsa. Pemberian izin pada makanan yang beredar menjadi prosedur yang ditetapkan oleh pemerintah demi menjaga keamanan dan kualitas makanan yang dikonsumsi masyarakat. Sebagian besar makanan yang beredar tanpa izin adalah makanan yang bukan produk nasional atau makanan dari negara lain. Proses masuknya makanan tersebut biasanya melalui pelabuhan tanpa cukai sehingga harga makanan bisa ditekan di pasar karena tidak dibebani dengan pajak dan izin edar. Selanjutnya, untuk makanan kadaluarsa umumnya ditemukan pada produk lokal yang diproduksi oleh usaha kecil dan menengah dan merupakan tonggak perekonomian masyarakat.

Sesuai dengan kondisi yang digambarkan oleh peneliti sebelumnya terkait dengan peredaran mie instan kadaluarsa yang berdampak kurang baik terhadap kenyamanan pasar bahkan kesehatan konsumen maka dapat kita analisa bahwa setiap dari pihak yang berperan di pasar harus benar-benar bisa berperilaku teliti dan taat prosedur agar tidak saling membahayakan satu sama lain. Dalam upaya pembentukan perilaku tersebut, pemerintah selain mengaturnya dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen juga telah menugaskan BPOM bersama lembaga lain untuk melakukan pengawasan terhadap kualitas produk yang beredar di pasar berkaitan dengan kualitas pengemasan,

kandungan produk, dan status kadaluarsa. Lembaga-lembaga yang terlibat dalam optimalisasi peran BPOM sebagai kepanjangan tangan pemerintah untuk menjaga kualitas produk di pasaran adalah kepolisian maupun dinas perindustrian dan perdagangan. Dalam melaksanakan perannya dalam melindungi konsumen, BPOM membagi program penjagaan kualitas mutu produk di pasar melalui dua program, yaitu :

1. Pencegahan

Program pencegahan dilakukan sebagai upaya preventif agar tidak terjadi kerugian terkait dengan peredaran produk di pasar.

- a. Pemberian informasi kepada masyarakat terkait dengan dampak dan bahaya makanan kadaluarsa yang masih beredar dan dikonsumsi. Program ini adalah tingkat dasar, sehingga tujuan yang ingin dicapai hanya berada pada level peningkatan pengetahuan. Model pemberian informasi bisa dilakukan secara langsung maupun melalui visual (poster) dan flyer.
- b. Bimbingan dan pendampingan kepada masyarakat baik sebagai pelaku usaha maupun konsumen mengenai tata cara dan etika menjual serta membeli produk yang aman. Program ini dilakukan secara intensif kepada masyarakat yang memenuhi kuota. Tingkatan programnya lebih luas daripada pemberian informasi, sehingga tujuan yang ingin dicapai pun lebih maksimal yakni terjadinya perubahan tata kelola dan perilaku masyarakat secara langsung.

2. Penanggulangan

Program penanggulangan dilakukan oleh BPOM dalam rangka mengendalikan/ mengurangi produk yang kadaluarsa dan tidak berkualitas di pasar.

- a. Operasi pasar atau pemeriksaan kualitas makanan dan minuman di tempat penjualan langsung. Kegiatan ini dilakukan secara berkala dengan melibatkan lembaga lain yang berwenang. Tujuan dari kegiatan ini pada dasarnya hanya untuk mengetahui kondisi pasar, apakah makanan yang beredar sesuai dan pelaku usaha sudah melaksanakan kewajibannya sesuai dengan perundangan yang berlaku.
- b. Pengawasan kepada pelaku usaha jika terjadi temuan pada saat operasi pasar. Pengawasan adalah kegiatan lanjutan yang hanya dilakukan jika terjadi masalah.

Keberlanjutan dari penanggulangan yang dilakukan BPOM adalah dengan menarik barang dari edaran, kemudian memberikan peringatan kepada pelaku usaha maksimal tiga kali berturut-turut dan berakhir dengan pemberian sanksi pidana sesuai dengan perundangan yang berlaku.

BAB XI

KESIMPULAN

1. Gambaran peredaran mie instan kadaluarsa saat ini masih beredar di warung-warung wilayah Yogyakarta tanpa sepengetahuan pelaku usaha maupun pembeli. Hal tersebut dikarenakan kesadaran pelaku usaha terkait dengan bahaya peredaran mie instan kadaluarsa masih rendah, terbukti dengan tidak melakukan pengecekan secara berkala terhadap produk-produk yang mereka jual, termasuk diantaranya mie instan, berlaku sama dengan konsumen yang tidak mengecek tanggal kadaluarsa saat membeli.
2. Pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia telah memberikan batasan tentang hak-hak konsumen sebagai pembeli, yang terdiri dari hak atas :
 - a. Kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.
 - b. Memilih barang dan jasa, memperoleh dan memanfaatkan sesuai dengan harga, keadaan, serta garansi yang menyertainya.
 - c. Mendapatkan perlakuan atau pelayanan dengan baik dan amanah serta tidak pilih kasih.
 - d. Mendapatkan ganti rugi dengan anti produk apabila barang dan jasa yang diterima tidak memenuhi kaidah yang dijanjikan.

3. Dalam melaksanakan perannya dalam melindungi konsumen, BPOM membagi program penjagaan kualitas mutu produk di pasar melalui dua program, yaitu :
 - a. Pencegahan yang dilakukan sebagai upaya preventif agar tidak terjadi kerugian terkait dengan peredaran produk di pasar meliputi pemberian informasi dan bimbingan/ pendampingan kepada masyarakat baik sebagai pelaku usaha maupun konsumen mengenai tata cara dan etika menjual serta membeli produk yang aman
 - b. Penanggulangan dilakukan oleh BPOM dalam rangka mengendalikan/ mengurangi produk yang kadaluarsa dan tidak berkualitas di pasar, melalui dua langkah yaitu operasi pasar dan pengawasan kepada pelaku usaha jika terjadi temuan pada saat operasi pasar. Pengawasan adalah kegiatan lanjutan yang hanya dilakukan jika terjadi masalah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Miru, S. Y. (2015). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Grafindo Persada.
- al, E. R. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen, Bandung*. Bandung: Mandar Maju.
- Imaniyati, H. S. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Ibid.
- Kristiyanti, C. T. (2009). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Lubis, M. S. (2009). *Mengenal hak Konsumen dan pasien*. Yogyakarta: Pustaka.
- Mertokusumo, S. (2005). *Mengenal Hukum: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Liberty.
- Nasution, A. (2002). *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media.
- Poernomo, B. (1983). *Asas-asas Hukum Pidana*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- R.I. (1999). *Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999, tentang "Perlindungan Konsumen"*. Jakarta.
- Shidarta. (2000). *Hukum perlindungan konsumen indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Shidarta. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Sidalabok, J. (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Medan: Citra Aditya.
- Zulham. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.